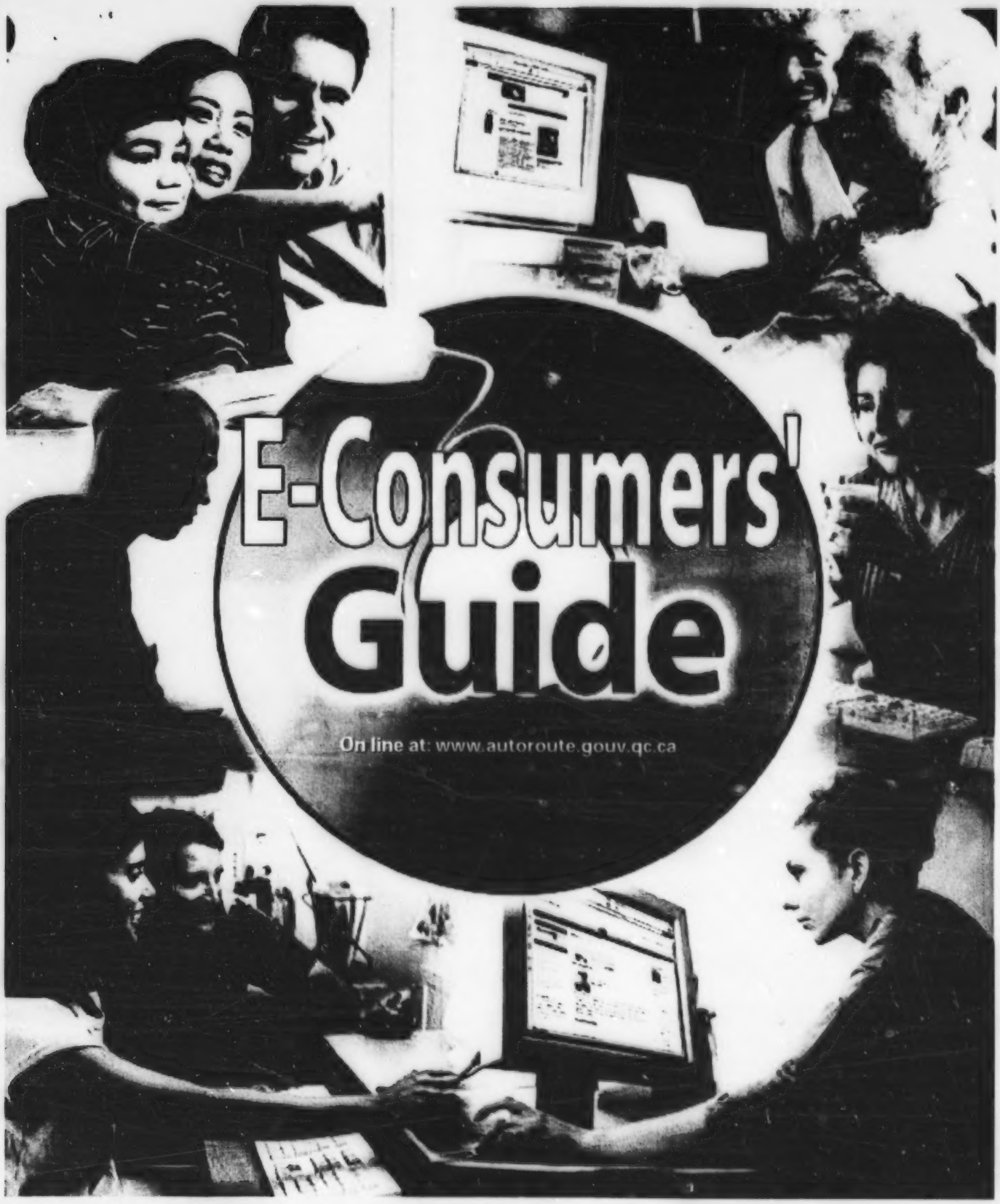
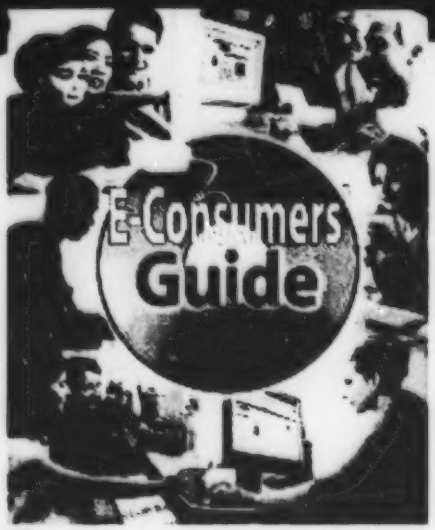


PROTÉGEZ-VOUS
Le magazine des consommateurs québécois

Culture et Communications Québec

With the participation of:
- Office de la protection du consommateur
- Ministère de la Justice



Summary

3 E-shopping made easy
Tips to make online shopping enjoyable.

4 Quebecers and the Internet
After a slow start that lasted for a few years, Quebecers have begun to embrace information technologies at an ever-faster pace.

5 Interview with Minister Diane Lemieux
Québec has adopted the information superhighway wholeheartedly!

6 Identify your online merchant carefully
Key elements that you should check to find out who you are doing business with.

8 Know the product that interests you
Discover the characteristics of the product that interests you just as if you held it in your hands!

10 Make sure that your payment is secure
Shopping online without emptying your pocketbook.

12 Protect your personal information
Learn how to protect yourself against merchants who ask too many questions.

14 Your rights as an E-consumer
Know which organizations oversee and which regulations govern local and cross-border transactions.

16 Useful resources
A list of Web sites that provide useful information on e-commerce.

The supplement *E-Consumers' Guide* was published in October 2002 by Les Éditions Protégez-Vous and the ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC)

In these texts, data accompanied with the expression "Ekos" are used with the permission of Associés de recherche Ekos inc.

EDITING
Project manager: Claude Rodrigue (MCC)
Research and editing: Jesse Caron (Protégez-Vous)
Translation: Mark McKenzie

PRODUCTION
Department Head: Richard Lévesque
Computer graphics: Sylvie Guay
Photographs: PhotoDisc, Réjean Poudrette

ADMINISTRATION
Director of Les Éditions Protégez-Vous: David Clerk
Assistant to the Director: Marie-Ève Hébert
Computers and Web site: Denis Mousseau
Administrative support: Anissa Zouggari

TECHNICAL SERVICES
Pre-printing and printing: Interweb

ACKNOWLEDGMENTS
We wish to thank the following people for their cooperation: Jacques Blanchet, Stéphanie Sauvageau, Jean-Michel Salvador, Pierre De Billy and Marie Pfalzgraf (ministère de la Culture et des Communications), Yolande Côté and Annie Bergeron (Office de la protection du consommateur), and Me Jeanne Proulx and Me Hélène Gingras (ministère de la Justice du Québec).

To obtain a copy of the *E-Consumers' Guide*, contact the MCC
☎ (418) 380-2300
You can also download the document at the following address:
🖳 www.autoroute.gouv.qc.ca
La version française est disponible sur demande.

REPRODUCTION
The total or partial reproduction, on any support whatsoever, of the texts of the *E-Consumers' Guide* is strictly prohibited, unless the prior written permission of management has been obtained. All use of the Protégez-Vous trademark for advertising purposes is strictly prohibited on penalty of legal action.

HOW TO REACH US
For questions regarding the *Act to establish a legal framework for information technologies*, **contact the MCC**
☎ (418) 380-2300
🖳 www.autoroute.gouv.qc.ca

For questions about E-consumer protection, **contact the OPC**
☎ 1 888 OPC-ALLO (1 888 672-2556)
🖳 www.opc.gouv.qc.ca

MAGAZINE PROTÉGEZ-VOUS CUSTOMER SERVICE

Abonnement Québec
525, rue Louis-Pasteur
Boucherville (Québec)
J4B 8E7
☎ (514) 875-4444 (Montréal area)
1 800 667-4444 (throughout Québec)
(514) 523-4444
🖳 www.pv.qc.ca

Editorial Staff, Magazine Protégez-Vous
Village olympique
5199, rue Sherbrooke Est
Bureau 3699
Montréal (Québec) H1T 3X2
(514) 873-3429
🖳 courrier@pv.qc.ca
🖳 www.pv.qc.ca

E-shopping made easy

There is nothing new about the concept of distance shopping: our grandparents bought shirts, kettles and screwdrivers by leafing through catalogues filled with enticing images. Once the telephone or mail order had been placed, all that was left to do was to eagerly await the package!

While this way to shop still has its advocates, its star has begun to fade to the advantage of e-commerce, which is in vogue. A day does not go by without Web surfers, both in Québec and elsewhere, being inundated with advertising from online merchants. A host of retailers are vying to win over cybernaut-consumers, from the neighborhood chocolate-maker to national department stores to clothing manufacturers abroad.

The Web is a fantastic platform for comparing what the various merchants have to offer and for discovering the product that suits you, without having to set foot in the various stores. But how do you know if the merchant is telling you everything about himself? Do you have to pay customs duties? What should you do in the event that you receive a dented toaster? What personal information can the retailer ask for and what can he do with such information? Are credit card payments secure? How do Canadian and Québec laws protect you in the event of a dispute?

These are all questions that arise when it comes time to click the "Send" button. In this document, we propose a host of helpful tips that will make your online shopping experience easier to understand and more enjoyable.

Have fun shopping!

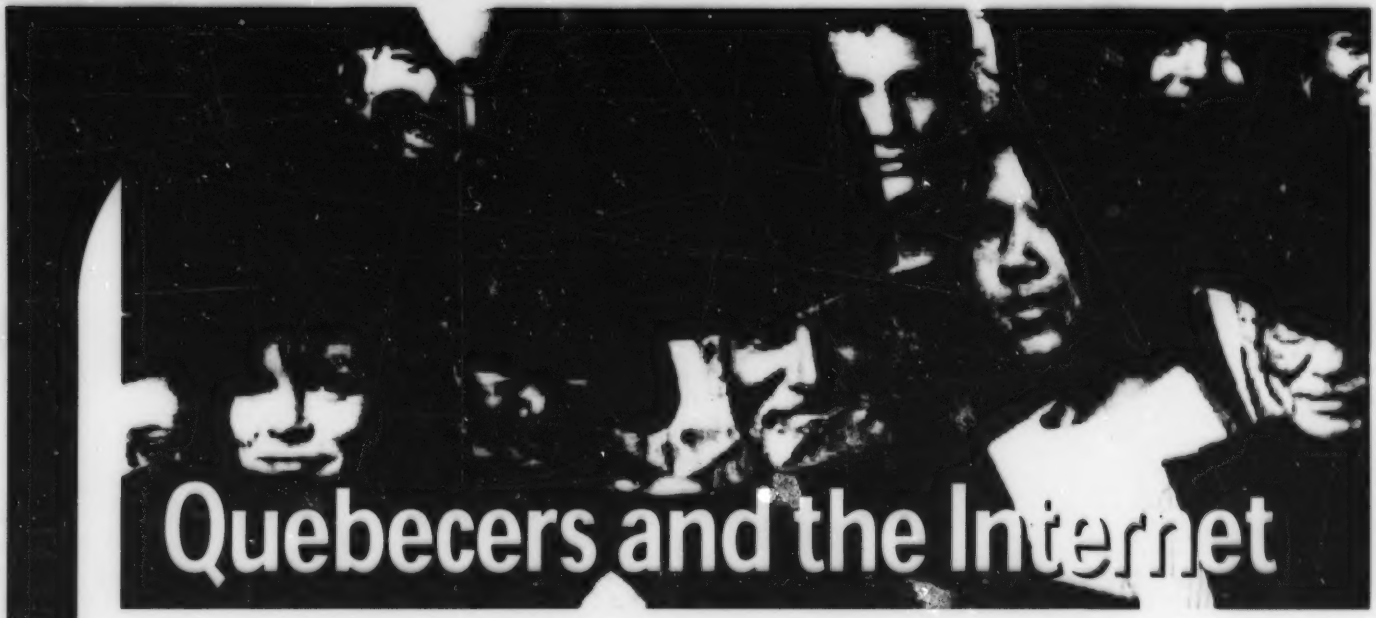
▶The positive and not-so-positive side...

Two years ago Protégez-Vous went Christmas shopping on the Web. The magazine team ordered 52 products from 46 Québec, Canadian, American and French online merchants (Protégez-Vous, December 2000).

The results? Acceptable despite a few pitfalls. Most sites offered a secure environment as well as adequate conditions of sale. Moreover, few used the e-mail address provided for unwarranted solicitation once the order had been filled.

For several merchants, it was at the time of delivery that things went amiss. Indeed, 6 of the 52 orders never made it to Protégez-Vous, and 2 others arrived damaged. To make matters worse, shipping charges increased the cost threefold in some instances! And then there were the unexpected customs duties...

This ambiguous portrait is backed by a study involving 3,568 Québec sites published last June by the École des hautes études commerciales de Montréal and the Office de la protection du consommateur. The findings? A flagrant lack of information. Of the 262 sites offering online payments, more than half failed to indicate the shipping charges, whereas only one-third posted their policy concerning the protection of personal information. On the other hand, businesses are identifying themselves better on the Internet, but there is still room for improvement: of the 1,241 transaction-oriented sites examined, 72% illustrated their products and only 45% posted their prices!



Quebecers and the Internet

Has your colleague been boasting about the speed of his new laptop? Has your son been begging for a tool that will allow him to chat with his Swiss pen pal? Unable to hold off any longer, you take the plunge and purchase a computer, which you quickly connect to the Internet. In so doing, you are joining a host of other consumers who, like you, recently took the leap! Here is a portrait of wired Québec society.

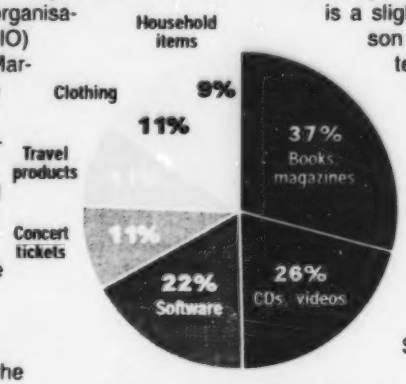
• The latest data of the Institut de la statistique du Québec reveal that 45% of Québec households had a computer in the home in 2000. That is almost twice the number of households that had a computer five years earlier. Canada as a whole has embraced computers a little faster (55%), but Québec is well ahead of France (27%) and Italy (28%).

• According to Ekos, 56% of Québec families were connected to the Internet at home in June 2002, a 65% increase in comparison with June 1999. Quebecers are gradually catching up on Canadian households, 62% of which have access to the Internet. Families with children have largely contributed to this progress by taking advantage among other things of the «Brancher les familles sur Internet» program, which ran from May 2000 to March 2001.

• By combining all access sites, Statistics Canada evaluated that in 2001 54% of Quebecers 15 years of age and over used the Internet regularly, a rate that climbs to 60% for Canada as a whole.

• According to the NeTendances 2002 survey, which involved 50,000 Quebecers and was conducted by the Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) and Léger Marketing, there are no less than 2.9 million Web surfers aged 18 and over in Québec. That is more than half of all adult Quebecers!

• What are the reasons for using the Web? According to the Institut de la statistique du Québec, e-mail and surfing the Net top the list, both in Québec and in Canada. While Canadians surf the Internet to obtain information and make online purchases, Quebecers prefer to use the Net for recreational purposes, be it for playing games and for taking part in discussion forums.



What products and services do Quebecers purchase online?
— Ekos, October/November 2001

The share of online purchases

Based on statistics, Quebecers use the information highway more to chat and to have fun than to obtain information. But how do they fit in when it comes to the growing trend of online purchases?

• According to Ekos, 27% of Québec Web surfers have already made a purchase on the Net. This is a slight increase in comparison with the data of September/October 2000, but Québec is still well behind the Canadian average of 42%.

• According to Statistics Canada, online sales reached $10.4 billion in Canada in 2001, namely $3.2 billion more than in 2000; these figures include inter-business transactions and sales to consumers.

• While the latter sales rose by 59% during the same period, they only reached $2.3 billion and represent approximately 0.2% of Canadian retail sales.

• Québec households that make purchases on the Web are fairly timid. Statistics Canada reports that in 2000 each household made five orders totaling $615 (mainly books, software, records and movies). That is $142 less than the Canadian total and $358 less than in Alberta, where specific regulations governing e-commerce have been in force since 1998.

Interview with Minister Diane Lemieux

Québec has adopted the Internet wholeheartedly!

Diane Lemieux is Minister of State for Culture and Communications and Minister responsible for the Information Superhighway. In this interview, she takes stock of the progress accomplished in the development of the information superhighway in Québec and talks to us about the positive effects of the *Act to establish a legal framework for information technologies.*

by Claude Rodrigue

Photo: Bruno Petrozza

Has the spread of the information superhighway in Québec progressed significantly in recent years?

The proportion of Québec households that have a computer in the home has doubled in seven years. From 1998 to 2001 the number of adult Web surfers increased twofold. Moreover, all schools and all adult education and vocational and technical training centres as well as most libraries are now wired. The progress is truly remarkable.

To what do you attribute this substantial progress?

I basically attribute it to three factors: the adoption in 1988 of *Québec's Information Superhighway Policy* which established the major orientations and served as a framework for the government's efforts; the action of the Fonds de l'autoroute de l'information which to date has invested over $80 million in this sector of the new economy and has supported the creation of over 200 Québec Web sites in French; the investment of over $300 million by the ministère de l'Éducation to connect schools and familiarize students with information technologies. To this must be added the dynamic nature of this rapidly developing industry and selective initiatives, such as the «Brancher les familles sur Internet» program, which have allowed 217,000 Québec households to acquire a computer and another 300,000 individuals to get wired to the Internet.

The *Act to establish a legal framework for information technologies* came into force last November. Why the need for such a law?

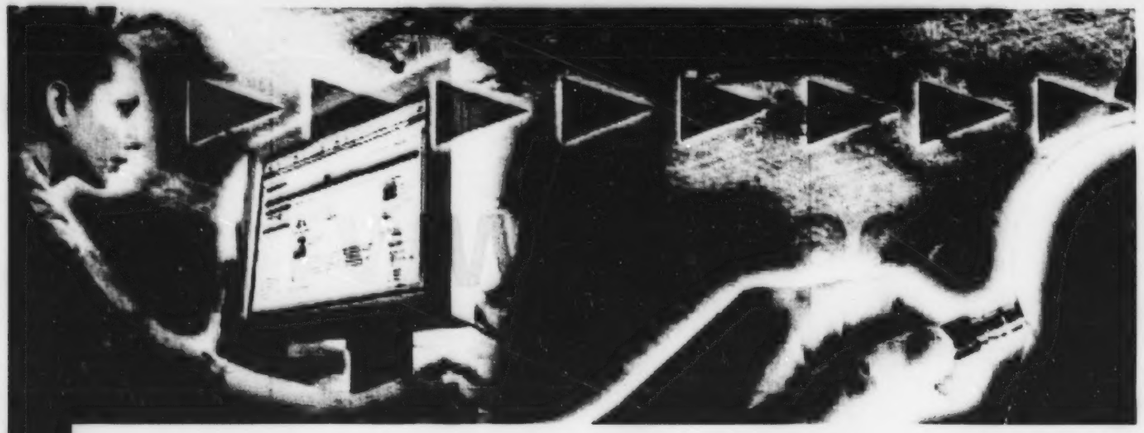
Given the growing popularity of information highways and the multiplication of electronic transactions and databanks, the government wanted to provide a framework for the use of technological documents, to make electronic transactions secure, and to protect E-consumers and their private life. While the online purchases of Quebecers represent only a tiny fraction of personal spending, these purchases nevertheless increased fourfold in 2000.

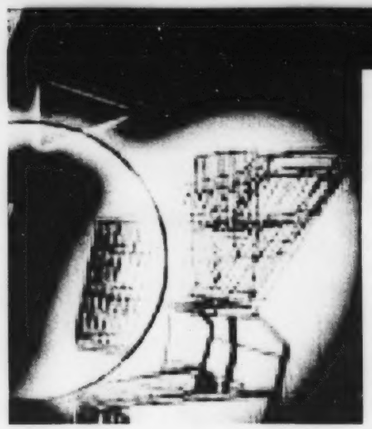
Will this law change the way we use the information superhighway?

It will have major impacts for individuals and businesses, as it gives electronic documents a legal value. In the past, only printed and handwritten documents were valid from a legal standpoint. Clearly, this was anachronistic in the information era. It was necessary to adapt and move towards a society that makes the best possible use of the possibilities afforded by new technologies. As it is easy to reproduce and modify electronic documents, it was a tall order to set guidelines for their authentification. With the enactment of the *Act to establish a legal framework for information technologies*, this task has been completed. In addition, this law stipulates certain obligations for online retailers, Internet service providers and certification service suppliers.

What developments are in store for the information superhighway?

Over the short term, we must take up the fiber optic challenge. When it comes to the information superhighway, speed is critical. And we want to put Québec in the fast lane by setting up a vast fiber optic network in all our regions. From Gaspé to Hull, from Montréal to Kuujjuaq, schools, libraries, city halls and a large number of public institutions and establishments will be connected to this network. They will have access to ultra fast connections offering unparalleled capacities. Within two years' time we will have taken giant steps towards ensuring high-speed access. We will then have a new infrastructure that will make Québec a society living more than ever before in the information era and Quebecers a resolutely wired people. ◀





Identify your online merchant carefully

E-commerce allows you to compare, purchase and receive goods and services, without having to leave the comfort of your home. A few mouse clicks and you can order the latest wool sweater which, on a cold January morning, is sure to come in handy. It all seems rather easy at first glance... However, imagine if the retailer sends you a sweater that is green instead of dark blue and if one of the sleeves is torn! If you don't know the merchant's e-mail address, you may have difficulty returning the article...

What criteria should you check?

To avoid potential headaches, it's better to know something about the retailer you are doing business with. Check whether the online retailer introduces himself on his homepage or, at the very least, provides links that will allow you to learn a little more about him. What information should an online retailer ideally reveal about himself?

- His full business name, and not merely an abbreviation of his name (even it's a well-known name). This will enable you to contact the right business in the event of a problem!
- For each page of his site, an Internet address that corresponds to the name of the retailer (for example, www.store.com and not just a series of numbers). That way you will be sure that you are doing business with the same retailer throughout the transaction.
- His full address (not just a post office box number). This address could be very useful if the retailer does not return your telephone calls or e-mails. Bear in mind that the site of a business divided into franchises or branch offices will generally indicate the address and contact numbers of the head office.
- In addition to his e-mail address, the retailer should indicate the telephone and fax numbers of his customer service department. The more possibilities you have of reaching the retailer, the better your chances will be of negotiating with him should a problem arise.
- The retailer's policies regarding secure payments, returns and exchanges, warranties, delivery, protection of personal information as well as the handling of complaints. If one of these elements is missing, be extra vigilant when you place your order... (For more details see pages 8 and 9.)

Section 35 of the *Act to establish a legal framework for information technologies* has made it mandatory to post instructions regarding the rectification of incorrect orders and the returning of products (see page 9). Moreover, according to the *Act respecting the protection of personal information in the private sector,* those individuals and companies that collect confidential information must inform consumers of the use that will be made of such information.

As for the rest, the elements listed above remain optional on Québec Web sites. The same is true for Canada. If only one of these elements is missing, it may simply be an oversight. Beware of sites that provide none of these details or that scatter or conceal them.

The whole truth...

Nothing obliges online retailers to provide information about themselves on their sites. In most cases, no authority will check if the merchants apply to the letter the policies that they post. As a result, it is up to you to be the judge of their good faith when they stipulate the terms of delivery, payment or warranty.

Of course, it is in the retailers' best interest to abide by the policies that they post. Otherwise, their reputation and, to a certain extent, the profitability of their business may suffer. Try to choose retailers who are upfront from the outset, regardless of whether they operate under a recognized banner or are independent.

You can check the identity of Québec retailers by consulting the Registre des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales which the Inspector General of Financial Institutions updates regularly (see Useful Resources on page 16). Every company doing business in Québec must register in this databank; however, foreign retailers are rarely listed here. A similar register exists at the federal level, listing businesses created under Canadian statutes (see Useful Resources on page 16). The presence of a merchant on one of these lists is no guarantee of their trustworthiness, but at least it indicates that they are legally registered.

> According to a study done by the École des hautes études commerciales de Montréal, only one-third of Québec-based sites accepting online payments indicate the terms and conditions governing warranties, cancellations and exchanges!

Identity certificates

Individuals and businesses that engage in online transactions can also identify themselves using identity certificates. The Government of Québec will soon be offering the voluntary accreditation of certification service suppliers. The *Act to establish a legal framework for information technologies* describes:

- the mandatory content of certificates, which includes among other things the name of the certifier, the certificate's validity period and the name of the certified individual or business;
- the criteria that must be met by certifiers to obtain government accreditation (optional), in particular the existence of guarantees as to the security of the certificates provided;
- the elements of the policy statement that certification service suppliers must apply, such as limits on the use of a certificate and handling complaints.

This should help increase the value and credibility of certificates issued in Québec by accredited certification service suppliers.

Are compliance seals credible?

As few strict rules govern the identification of online merchants, some retailers post independent compliance seals on their sites (Protégez-Vous, February 2002). Generally appearing on the home page, these labels attest among other things to the retailer's good practices regarding secure payments, the protection of personal information or data transmission.

Should these seals be considered a guarantee of trustworthiness and of secure transactions on the Web? According to research done by Louise Martel of the École des hautes études commerciales de Montréal and René St-Germain of Université de Sherbrooke, more than 170 seals are offered to companies doing business on the Net. While some seals emanate from reliable organizations, others come from companies that sell seals without bothering to do a background check on online retailers. Merchants must often pay a fee and comply with the code of practices of the certificate seller to be entitled to display the seal.

However, there's a snag. The various issuers of seals do not all apply the same standards. This is only to be expected given the fact that they come from the four corners of the globe and that the notion of consumer protection varies from country to country. In light of this situation, how can you be sure of the validity of the seal posted by your online merchant specializing in sports articles? Simply consult the policy and the guarantees offered by the supplier of the seal, which are often accessible by clicking on the posted seal.

It is worth noting that the Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan now offers a compliance seal to online merchants who agree to abide by a code of good practices. This is a first for a Québec-based consumers' association!

Know the product that interests you

Ever since your neighbour introduced you to a small, little-known Irish group, you have been looking for their latest album. However, it is hard to come by, not being offered in local record stores. You reach for your mouse and surf the Net in search of this album. As luck would have it, you quickly come across the record in two online stores, both seemingly reliable. Which online store should you do business with?

Examine the conditions of sale

While it is important for the retailer to identify himself properly, it is also in his best interest to provide information about the goods or services you are looking for as well as about the terms and conditions of sale. Check to see if the following elements accompany the products offered on line:

• **A detailed description.** When you shop in a traditional store, you can usually physically examine the item you are interested in and size it up from all angles. Moreover, a technical description accompanies the item or is printed on the box, allowing you to familiarize yourself with its features and advantages. You should have access to equivalent information on the Internet, whether such information appears in its original form or is reproduced by the merchant. In other words, the name of the product or its illustration is not enough. This is especially true in the case of a service that is hard to illustrate, such as an airplane ticket.

• **Clear photographs.** While you may not be able to touch the article, you must at least be able to see it in its entirety. If you are shown a DVD player without its remote control and without a view of its rear connection panel, you may experience frustration when it comes time to install the unit! Beware of photos that are blurred, too small or "provided for information purposes only", as they may not give a fair representation of the product.

• **An indication that the product is in stock.** When you purchase an article in a traditional store, you know

10 questions you should ask yourself before ordering

1. **Does the retailer post his full name, address and telephone number, and does his Internet address correspond to his real name on all of the pages?**
2. **Are the products and services adequately described and illustrated?**
3. **Does the merchant have the product in stock?**
4. **Does the retailer specify the shipping charges as well as all the other terms and conditions of delivery?**
5. **Do you have enough information to be able to calculate the total price of the article you want?**
6. **Is the product under warranty and if so, who is responsible for honouring the warranty?**
7. **Does the business indicate how to file a complaint?**
8. **Does the merchant allow you to correct or cancel your order within a reasonable time period?**
9. **Can you return an article if you are dissatisfied?**
10. **Is it possible to print a complete transaction summary?**

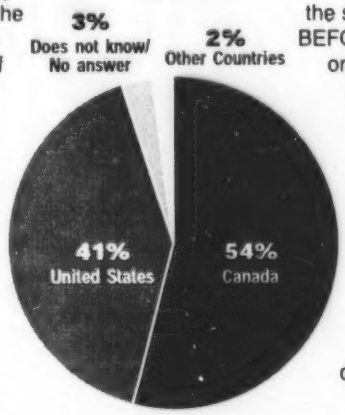
if the merchant is able to deliver it right away or if he has to order it. Make sure that the online merchant provides you with similar information before placing your order. Otherwise, you may be in for a long wait.

• **The price of the article.** Obviously, you would not buy a product without knowing how much it costs! That is why the merchant should ideally post not only the price, but also the currency used and all applicable taxes, which will vary according to the retailer's country of origin. Among highly respected online merchants, prices occasionally differ between the store and the Web site; in such cases, contact the company to find out if the difference is intentional. That way, you can calculate the actual cost of the product; if necessary, use one of the numerous currency conversion tools available on the Internet (see Useful Resources on page 16).

• **Customs duties**. If you do business with a foreign merchant, customs duties may apply. Check if the business mentions the possibility of such duties, without necessarily indicating the amount; indeed, the latter varies according to the value, origin and nature of the product. Consult the Canada Customs and Revenue Agency for more information on this subject (see Useful Resources on page 16).

What is the location of the supplier of the last online purchase made by Quebecers?

by Canadians?



— Ekos, October/November 2001

• **Shipping charges**. Make sure that the merchant clearly stipulates the shipping charges BEFORE you place your order. If no such information is provided, be very careful as these charges may occasionally double or even triple your bill!

• **Delivery times**. Most online merchants indicate delivery times according to various delivery areas. In the absence of this information, contact the retailer to get an estimate of the anticipated delivery time. You should also be able to monitor the progress of product delivery and know the carrier's liability in the event of loss or damage.

• **Warranties**. As with traditional stores, the company should indicate if the product comes with a warranty and, if such is the case, the warranty period. In addition, it is preferable that the online merchant indicate who will honour the warranty: the merchant or the manufacturer. In either case, you should know the terms and conditions of the warranty and how to have the warranty honoured, before you make your purchase.

• **Policies concerning corrections to orders and returning products**. Section 35 of the *Act to establish a legal framework for information technologies* requires that Québec online merchants specify the terms and conditions for correcting orders and returning products. They must stipulate on the sales form how customers can notify the retailer of an incorrect order. Merchants are also required to inform their clientele of the means at their disposal to return or destroy a product that is unwanted or obtained by mistake. Businesses that are located outside Québec could be subject to Québec rules; consequently, they must have clear and precise policies for returning products.

Make sure that your payment is secure

While it took your daughter some time, she finally managed to convince you to purchase a new television set over the Internet. To your great surprise, you enjoyed examining the models offered and comparing the terms and conditions of sale proposed by retailers, without having to worry about finding or being pressured by a sales representative! Now that you have chosen the article that you want and the online store, it's time to get down to business: placing your online order. What characteristics should you check before clicking on "OK"?

Recognizing a serious site

Before submitting your order, you should have access to the following elements:

• **Your shopping cart**. Check whether the merchant displays on a single page the list of all the products that you have chosen. They should be accompanied with their price, the currency, the quantity you want, the total shipping charges and the amount of all applicable taxes. Only customs duties, where applicable, could increase the bill later.

• **Secure payment policy**. Ideally, the retailer should provide, before sending the data, a link to a page explaining the data transmission method employed by the site. The most commonly used method is known as Secure Socket Layer (SSL); this is a very powerful encryption protocol that makes data unreadable during transmission over the Net. Experts are unanimous: a pirate would have to go to great lengths to decode information transferred with SSL. A secure page can be identified by the following two signs: the presence of a key and a lock at the bottom of the window of your browser, and the prefix "https://" at the start of the Internet address. At the very least, the final order form should be submitted by a secure transmission method.

• **Information storage method**. Secure transmission by SSL is reliable; however, problems may occasionally arise when information is stored. That is why the online merchant should inform his clientele of the methods used to protect the data that he is entrusted with. How long does he keep such information and for what purposes? Who has access to this information? Are his servers protected against theft? Does he occasionally share this information with third parties? (See pages 12 and 13.)

77% of Quebecers interviewed by Ekos in 2001 used a credit card to pay for their last online purchase.

• Where applicable, **the compliance seal** to which the retailer adheres. You should be able to check its validity by clicking on the seal. For greater security, you should consult the certification policy of the organization that issued the seal (see page 7).

• **An exhaustive transaction sheet** grouping not only the details of your purchase but also the personal information that you will be transmitting in a few moments. Of course, a button should allow you to change or cancel your order at any time.

• **An acknowledgment of receipt**. You should receive an e-mail as soon as the merchant's server has received your order. Ideally, this message should sum up your purchase and indicate how to contact the online merchant in the event of an

128 bits are a must!

To transmit data securely, your browser should have an encryption power of at least 128 bits. If this is not the case, you will even be denied access to some sites!

You can check the encryption power by choosing the "About..." command located in the "?" (Microsoft Windows) or "Apple" (Mac OS) menus of Microsoft Internet Explorer and in the "Help" menu of Netscape and Mozilla (regardless of the operating system).

error or an omission. A reminder of the terms and conditions of delivery should also be provided, but the message should not contain any personal information, given the ease with which the e-mail can be intercepted.

Is it safe to use credit cards?

Online payments represent one of the main impediments to the adoption of e-commerce in North America. According to Ekos, 41% of Quebecers avoid online purchases because they consider the Internet to be unsafe or because they do not want to give out their credit card number.

However, the situation is less risky than it appears. First, if the online merchant uses an SSL type encryption protocol, there is little chance of a problem occurring during data transmission: the astronomical number of encryption possibilities discourages would-be thieves from intercepting data that are being transferred. The transmission of credit card numbers over the Internet appears to be safer than over the telephone, as nothing prevents the person on the other end of the line from jotting down the information without your knowledge. Thefts involving credit card numbers are more likely to occur once the information is stored on the retailer's premises.

Most banks that issue credit cards apply an in-house policy of compensating fraud victims. A customer who finds an unauthorized purchase on his credit card statement or who receives an article that is broken or that does not fit the order must notify his financial institution immediately. After a brief investigation, the institution will cancel the charge that should not have been billed. It will be up to the issuing bank to obtain reimbursement or, where applicable, to assume the loss. Known as reverse billing, this concept is already provided for under the law in Alberta and Manitoba; Québec is about to introduce this measure as part of the revision of the *Consumer Protection Act* (CPA).

Moreover, the CPA already limits to $50 the liability of cardholders in the event of the loss or theft of their credit card (or credit card number). In other words, if an individual or an organization uses your card number on the Net without your consent, the bank that issued your card may only require that you pay a maximum amount of $50.

If you are still wary about paying your bill over the Internet, nothing prevents you from paying in a more traditional manner: several online retailers continue to allow telephone orders, the sending of cheques by mail and, of course, C.O.D. payments.

Moreover, a few businesses have developed other electronic payment solutions, such as the smart card and single-use credit cards; however, these technologies are still marginal.

▶ Contracts having equal value

An electronic contract may have the same value as a contract on paper: this is one of the effects of the *Act to establish a legal framework for information technologies* (ALFIT). However, the Act sets a few conditions. First, the two documents must contain exactly the same information. The content may be presented or arranged differently on the electronic contract, but no information must be missing or added in relation to the paper version (if there is such a version, which is not mandatory).

In order to be valid, the electronic contract must also provide the certainty that it has not been modified. If the contract must be modified, the ALFIT stipulates the conditions that will apply. This measure prevents an unscrupulous employee from modifying, depending on the circumstances of the moment, a contract at the expense of customers.

In addition, the *Civil Code of Québec* defines a signature as being a distinctive mark which a person regularly uses to signify his intention; the Civil Code does not require that this signature be handwritten, but it must be affixed to the document in a durable manner. The provisions of the ALFIT pave the way for the use of personalized electronic processes to sign contracts and other documents.

Finally, the ALFIT prevents anyone from requiring the use of an electronic document; as a result, you can still ask for a paper document if it suits you better. Moreover, the *Consumer Protection Act* still requires, for the time being, a paper support for certain contracts that are more delicate, such as those that seal the purchase of an automobile and those entered into with itinerant merchants.

Protect your personal informati

After a few hours surfing the Net, you finally come across the English-style table that will complement your new living room decor. All excited, you rush to fill out the various forms prepared by the merchant, without bothering to pay close attention to their content. But when the transaction summary finally appears on the screen, you are assailed by doubt: does the retailer really need to know your social insurance number to sell you a table?

❶ What information should you provide?

In Québec two laws administered by the Commission d'accès à l'information provide a framework for the collection, conservation, communication and destruction of personal information by third parties: the *Act respecting access to documents held by public bodies and the protection of private information* and the *Act respecting the protection of personal information in the private sector* (see Useful Resources on page 16).

Their basic premise: businesses must only collect personal information that is indispensable for the file in question. Moreover, before collecting personal information, the retailer must obtain your explicit consent and explain what he plans to do with the information. Given the multitude of situations that may require providing such information, the Act does not stipulate the nature of the details that should be revealed. However, it is obvious that a merchant does not need your date of birth or social insurance number to sell you a book! A word of advice: stick to the minimum when you do business with an online retailer. Name, address, telephone number, e-mail address and credit card number should normally suffice. Even if the merchant provides space for additional information, keep such information to yourself; this should not adversely affect your purchase.

❷ What happens to the information provided?

Once the merchant is in possession of the information that identifies you, he cannot do whatever he pleases with it. He is required to protect the confidential nature of the information by storing it on a secure server. Moreover, he must limit access to such information to those persons who need it to continue the transaction. For example, it is only natural that an online record store will transmit your name and address to the deliverer. However, the store's accountant should not need your

▶Limited access

The Government of Québec has taken steps to reduce the risks of online impersonation. The *Act to establish a legal framework for information technologies* requires that the persons in charge of access to personal information protect its confidential nature. Moreover, the online merchant is obliged to require from his Web site hoster, where applicable, that he take appropriate steps to limit access to confidential documents to only those persons who are duly authorized.

This is a considerable step forward... however, it does not apply to foreign retailers. Remain vigilant when you make purchases outside Québec's virtual borders: be sure to only do business with merchants who post an adequate personal information protection policy.

e-mail address to prepare the company's balance sheet! As it is hard to verify the merchant's attitude in this regard, you will have to trust him on this point. Do business with a company that announces straight out its personal information protection policy: it is in the company's best interest to abide by this policy.

Such a policy should also inform you of your right to have free access to the records concerning you. Once again, the law requires that Québec businesses respect this right; moreover, at your request, they are required to correct any inaccurate information. How can you be sure that the correction is made? It's simple: the merchant must notify you of the change in writing; a letter or an e-mail will suffice.

Popular beliefs notwithstanding, businesses have the right to convey personal information to third parties. However, they cannot convey just any personal information! Only the names, addresses and telephone numbers may be conveyed, and solely for commercial or philanthropic purposes. Moreover, merchants are required to notify you of this possibility and to allow you to refuse outright. You can have your name, telephone number and address removed from existing lists at any time, by writing to the person in charge of access to personal information.

Be wary: several sites are programmed to automatically allow the transmission of data to outside organizations; it is up to you to check off or leave blank a box to prevent this eventuality. This approach, known as opting out, may seem insidious, but it is legal.

> When you do business with an online merchant, your name, address, telephone number, e-mail address and credit card number should suffice.

❸ What recourses do you have in the event that a merchant violates your rights?

While some countries have consumer protection laws and international rules of law apply, you may have to rely on the good faith of foreign merchants. That is why it is in your interest to choose recognized merchants who are upfront from the outset about the protection of personal information. If the business is transparent, it likely deserves your trust.

Have you found a problem in the way in which a Québec retailer manages your personal information? Your recourses then involve calling on the services of the Commission d'accès à l'information. For instance, if a business refuses to give you access to your file, you can lodge a complaint with the Commission. This organization will first seek to arrive at an amicable agreement by organizing a conciliation session between you and the retailer. If the merchant remains adamant, the case will then be heard by a commissioner who will make a decision that has the force of law. The retailer at fault will have to comply with this decision promptly, failing which he may face penalties. Thus far, no dispute specifically related to e-commerce has come before the Commission d'accès à l'information. However, the organization considers that among the other cases, very few require the imposing of formal penalties. Most businesses comply with the decisions readily, confirming that the Commission's role is more educational than coercive.

▶ Be cookie-conscious!

It is a recognized and inevitable fact: surfing the Net leaves a trail practically everywhere you go. You probably have already heard of "*cookies*". Several Web sites, including most of those of online merchants, use cookies to facilitate navigation, but also to find out about your browsing habits and occasionally to obtain confidential information concerning you.

The way that cookies work is simple: the Web site downloads a file on to your hard disk. This file then records, for example, the number of pages that you visit and the name of your Internet service provider. When you return to the site a few days later, the site detects the cookie on your hard disk and "recognizes" your computer. This may not necessarily be enough to identify you; however, if the site has other information on you, a link could be created between this information and the details gathered by cookies.

To avoid this possibility, take the time to delete the cookies each time you end an Internet session. This operation, offered in the "Internet Options" or "Preferences" menus of your browser, takes a few seconds and helps protect your private life. This is particularly important if you are sharing a computer at the office or the library, for example.

While you are at it, be sure to empty the cache memory of your browser after you exchange confidential information. If your browser does not permit this operation, simply quit your browser and launch the program again. Avoid utility programs that save passwords or fill out forms for you. While these programs are practical, they facilitate your identification by pirates.

Businesses that use cookies should mention this fact in their personal information protection policy, and indicate what they do with the information collected. This is another indication of their transparency!

Your rights as an E-consumer

You have always been "in the know" when it comes to technology: you are already "sold" on the benefits of online shopping. You are familiar with personal information protection policies, payment security protocols and the obligations that online merchants have. Despite all your precautions, problems may still arise; here is some information that will help you deal with them.

In Québec

It is when you do business with a Québec online merchant that the recourses available to you are most numerous. First, since November 1, 2001, the *Act to establish a legal framework for information technologies* (ALFIT) has stipulated how to use these technologies in a manner that is safe and compatible with Québec law. This Act indicates that electronic documents can play the same role as paper documents, provided that they contain the same information and that they comply with the same rules of law. For example, a document produced using a word-processing program would likely be equivalent to a handwritten document.

The ALFIT also draws a clear line between the obligations of authors of content (for example, online merchants) and those of the intermediaries involved (such as Internet service providers and Web site hosters); that way, you will know who to hold responsible in the event of a dispute.

> Taking legal action against an online merchant is never easy, but it is with Quebec firms that your recourses will be most effective.

Another role of the ALFIT: oversee the issue of certificates by Québec organizations. The certificates are used to confirm the identity of an individual or a company. If the certificate is issued by an accredited business (an optional measure), you can assume that it meets the requirements of the Act and that it is trustworthy. Moreover, the new Act supports the protection of private life, a value that is firmly established in Québec, in addition to requiring that merchants post the

means offered to consumers to correct their orders and to return products received by mistake.

You are also protected by the *Consumer Protection Act* (see Useful Resources on page 16), provided that you choose a Québec-based merchant. For the time being, the rules that apply to online retailers are the same as those for remote merchants. Since May 2002 you have been able to check if the merchant is registered with the Office de la protection du consommateur by consulting the Profil du commerçant on the Net (see Useful Resources on page 16).

In addition, Québec online merchants are subject to the *Act respecting access to documents held by public bodies and the protection of personal information*, as well as to the *Act respecting the protection of personal information in the private sector*. The Commission d'accès à l'information administers both these Acts, which set strict standards for the protection of personal information (see "Protect your personal information" on page 12).

The notion of consumer protection differs greatly around the world; this makes cross-border purchases inherently more risky.

In Canada

If you do business with companies that are based elsewhere in Canada, be more careful. Indeed, these merchants are subject first and foremost to the rules of their province, as is the case in Québec. Nothing prevents you from taking legal action against these companies in the event of a dispute, but it could be more costly to assert your point of view outside Québec's borders. This having been said, if the retailer you wish to do business with identifies himself correctly and posts clear terms and conditions of sale, the transaction should proceed smoothly.

Some businesses that are present all across Canada are subject to federal laws; this is particularly true for chartered banks, telecommunications companies and airline companies. The *Competition Act* (see Useful Resources on page 16) applies to all such companies; other more specific rules, such as the *Bank Act*, govern activities in each field.

Moreover, since January 2001 the *Office of the Privacy Commissioner of Canada* has administered the *Personal Information Protection and Electronic Documents Act* (See Useful Resources on page 16). This Act, which is similar to Québec regulations in this field, only concerns companies having a federal charter (for example, banks, telephone companies and cable-distribution companies) for the time being. Beginning in January 2004, it will also apply to all commercial businesses located in Canada. Even those businesses under provincial jurisdiction, such as retail stores, will be subject to this legislation; the protection of personal information is sure to be enhanced when interprovincial online purchases take place.

Abroad

Your recourses are much less obvious when you purchase products or services from foreign online merchants, including those of the United States. The notion of consumer protection differs greatly depending on where you are in the world; this makes cross-border purchases inherently more risky. If you shop outside our virtual geographical borders, the golden rule is trust. You practically have to give the merchant your blessing, especially when it comes to the protection of personal information; obviously, it is very hard to check what happens to such information after the transaction has been completed, and no Québec organization is able to offer you much help in this regard.

Furthermore, nothing says what state your order will be in when you receive it or if the order will actually make it to your door. Once again, you will have to trust the merchant. However, if you never receive your Italian pyjamas, you can always ask your credit card company to reimburse you for the amount; if the credit card issuer applies reverse billing (see "Make sure that your payment is secure", page 10), you likely will come out unscathed.

Bear in mind that legal action against a foreign retailer is likely to be complex. Even if Québec law is on your side, nothing says that the laws of the other country involved will permit execution of the judgment, despite the existence of rules of international private law. Another important consideration is the expenses that such proceedings might entail. To avoid potential hassles, try to limit expensive transactions with foreign merchants.

Incidentally, the concern about protecting E-consumers is not limited to just Québec and Canada. Whether it is in the United States, Europe or at the international level, groups are forming to enhance the security and efficiency of e-commerce. For example, the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) has published clear guidelines (See Useful Resources on page 16), which have served as an inspiration for the codes of conduct implemented by several countries (including Canada).

Useful resources

Do you want to find out more about the laws presented in this guide? Are you looking for additional tips to ensure that you do not end up regretting your online transactions? Consult one of the following resources, listed according to how they relate to the sections of this guide.

Quebecers and the Internet

Centre francophone d'informatisation des organisations
▶ www.cefrio.qc.ca/english/indexAccueil.cfm

Institut de la statistique du Québec (use of ICT)
▶ diff1.stat.gouv.qc.ca/savoir/english/indicateurs/tic/menages

Statistics Canada (Series on connectivity)
▶ www.statcan.ca/english/IPS/Data/56F0004MIE.htm

Identify the online merchant carefully

Accréditation "Inter-Nette" (a compliance seal offered by the Service d'aide au consommateur de Shawinigan, in French)
▶ www.service-aide-consommateur.qc.ca/frameain.html

Registre des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales (Inspector General of Financial Institutions, Québec, in French)
▶ ssl1.igif.gouv.qc.ca/index_recherche_consultation.htm

Company Directories (Industry Canada)
▶ strategis.ic.gc.ca/sc_coinf/engdoc/homepage.html

Répertoire des sceaux de conformité des sites Internet (in French)
▶ www.sceauxdecertification.org

Know the product you are interested in

Canada Customs and Revenue Agency (Customs duties)
▶ www.ccra-adrc.gc.ca/menu-e.html

Currency conversion (exchange rates)
▶ www.bankofcanada.ca/en/exchform.htm

Make sure that your payment is secure

Canadian Bankers Association
▶ www.cba.ca/eng/Consumer_Kiosk/kiosk_ecomm.htm

Protect your personal information

Office of the Privacy Commissioner of Canada
▶ www.privcom.gc.ca/fs-fi/02_05_d_13_e.asp

Commission d'accès à l'information (sheets and brochures on line)
▶ www.cai.gouv.qc.ca/eng/biblio_en/bib_pub_en.htm

The Act respecting access to documents held by public bodies and the protection of personal information and the Act respecting the Protection of Personal Information in the Private Sector (Québec)
▶ www.cai.gouv.qc.ca/eng/biblio_en/bib_loi_en.htm

The Personal Information Protection and Electronic Documents Act (Canada)
▶ www.privcom.gc.ca/legislation/02_06_01_e.asp

Your rights as an E-consumer

Econsumer.gov (complaints, international e-commerce)
▶ www.econsumer.gov/english/index.html

Act to establish a legal framework for information technologies (annotated Act, Québec, in French)
▶ www.autoroute.gouv.qc.ca/loi_en_ligne/index.html

Competition Act (Canada)
▶ laws.justice.gc.ca/en/C-34/index.html

Consumer Protection Act (Québec, in French)
▶ www.opc.gouv.qc.ca/Legislation/default.htm

Ministère de la Justice du Québec (Act to establish a legal framework for information technologies, in French)
▶ www.justice.gouv.qc.ca/francais/ministere/dossiers/loi-techno/loi-techno.htm

Organisation for Economic Co-operation and Development (click on the "Electronic Commerce" link)
▶ www.oecd.org

Consumer Protection for Electronic Commerce — A Canadian Framework Prepared By the Working Group on Electronic Commerce and Consumers
▶ www.strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01182f.html

Office de la protection du consommateur (e-commerce, Profil du commerçant, Ekos surveys and HEC study, in French)
▶ www.opc.gouv.qc.ca

Information and general advice

Autoroute de l'information (Québec, in French)
▶ www.autoroute.gouv.qc.ca

Consumers International (International)
▶ www.consumersinternational.org

Consumer Sentinel (United States)
▶ www.consumer.gov/sentinel

Consumer WebWatch (United States)
▶ www.consumerwebwatch.org

Federal Trade Commission (United States)
▶ www.ftc.gov/bcp/menu-internet.htm

Le commerce électronique et vous (France, in French)
▶ www.minefi.gouv.fr/cybercommerce

Le Cyberconsommateur averti (advice compiled by consumer associations of Québec and France, in French)
▶ www.consommateur.qc.ca/cyber

Task Force on Electronic Commerce in Canada
▶ e-com.ic.gc.ca/english/index.html

United Nations Commission on International Trade Law
▶ www.uncitral.org/en-index.htm

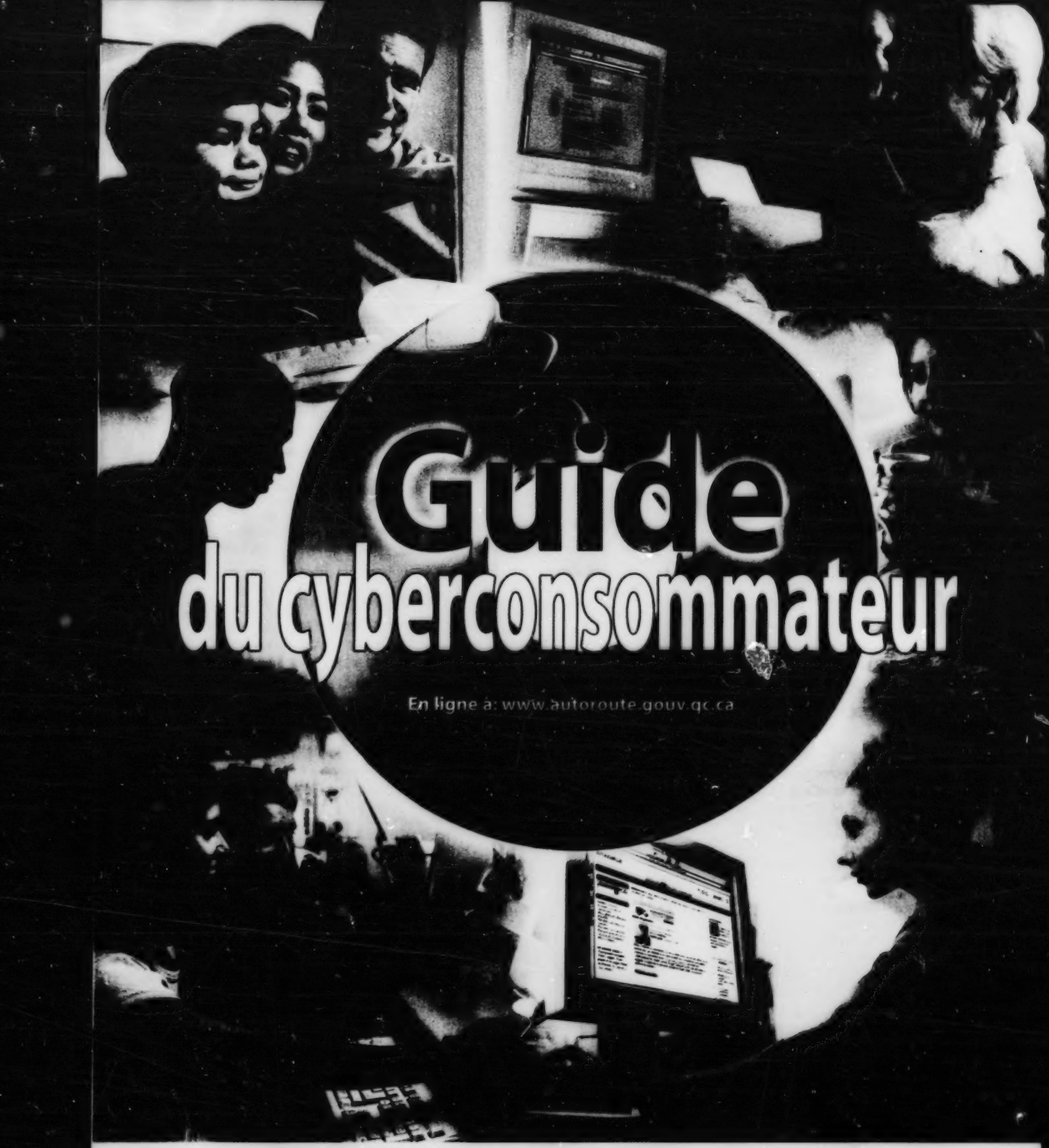
Internet Fraud Complaint Center (United States)
▶ www.ifccfbi.gov

Shopping Online (Industry Canada)
▶ www.strategis.ic.gc.ca/SSG/ca01192e.html

National Fraud Information Center (United States)
▶ www.fraud.org

Magazine Protégez-Vous
▶ www.pv.qc.ca

Canadian Consumer Information Gateway
▶ www.consumerinformation.ca



Guide du cyberconsommateur

En ligne à: www.autoroute.gouv.qc.ca

PROTÉGEZ-VOUS
Le magazine des consommateurs québécois

Culture et Communications Québec

Avec la participation de :
- Office de la protection du consommateur
- Ministère de la Justice

Sommaire

3 Cybermagasiner avec doigté
Des conseils pour prendre plaisir à acheter en ligne.

4 Internet et les Québécois
Après quelques années au ralenti, les Québécois négocient à vive allure le virage des technologies de l'information.

5 Entrevue avec la ministre Diane Lemieux
Le Québec engagé à fond sur l'autoroute de l'information!

6 Bien identifier le cybermarchand
Des éléments clés à vérifier pour savoir avec qui vous faites réellement affaire.

8 Connaître le produit convoité
Découvrez les caractéristiques de l'article désiré comme si vous le teniez entre vos mains!

10 Régler la facture en toute sécurité
Achetez en ligne sans y laisser votre porte-monnaie.

12 Protéger ses renseignements personnels
Apprenez à vous prémunir contre les commerçants qui en demandent trop.

14 Vos droits comme cyberconsommateur
Sachez quels organismes et règlements veillent sur les transactions locales et transfrontalières.

16 Ressources utiles
Une liste de sites Internet qui peuvent vous éclairer en matière de cybercommerce.

Le supplément *Guide du cyberconsommateur* est publié en octobre 2002 par Les Éditions Protégez-Vous et le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC).

Dans les textes, les données accompagnées de la mention «Ekos» sont utilisées avec la permission des Associés de recherche Ekos inc.

RÉDACTION
Chargé de projet: Claude Rodrigue (MCC)
Recherche et rédaction: Jesse Caron (Protégez-Vous)
Correction: Dominique Pasquin (Protégez-Vous)

PRODUCTION
Chef du service: Richard Lévesque
Infographie: Sylvie Guay
Photographies: PhotoDisc, Réjean Poudrette

ADMINISTRATION
Directeur général des Éditions Protégez-Vous: David Clerk
Adjointe au directeur: Marie-Ève Hébert
Informatique et site Internet: Denis Mousseau
Soutien administratif: Anissa Zouggari

SERVICES TECHNIQUES
Préimpression et impression: Interweb

REMERCIEMENTS
Nous remercions les personnes suivantes pour leur collaboration: Jacques Blanchet, Stéphanie Sauvageau, Jean-Michel Salvador, Pierre De Billy et Marie Pfalzgraf (ministère de la Culture et des Communications), Yolande Côté et Annie Bergeron (Office de la protection du consommateur), Me Jeanne Proulx et Me Hélène Gingras (ministère de la Justice du Québec).

Pour obtenir une copie du *Guide du cyberconsommateur*, communiquez avec le MCC
☎ (418) 380-2300
Vous pouvez également télécharger le document à l'adresse suivante:
🖳 www.autoroute.gouv.qc.ca
English version available upon request.

REPRODUCTION
La reproduction totale ou partielle, sur quelque support que ce soit, des textes du *Guide du cyberconsommateur* est rigoureusement interdite, à moins d'avoir au préalable obtenu la permission écrite de la direction. Toute utilisation de la marque de commerce Protégez-Vous à des fins publicitaires est formellement interdite sous peine de poursuites.

COMMENT NOUS JOINDRE?
Pour toute question au sujet de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*, **communiquez avec le MCC**
☎ (418) 380-2300
Pour toute question au sujet de la protection du cyberconsommateur, **communiquez avec l'OPC**
☎ 1 888 OPC-ALLO (1 888 672-2556)
🖳 www.opc.gouv.qc.ca

SERVICE À LA CLIENTÈLE MAGAZINE PROTÉGEZ-VOUS
Abonnement Québec
525, rue Louis-Pasteur
Boucherville (Québec)
J4B 8E7
☎ (514) 875-4444 (région de Montréal)
1 800 667-4444 (partout au Québec)
🖷 (514) 523-4444
🖳 www.pv.qc.ca

Rédaction, Magazine Protégez-Vous
Village olympique
5199, rue Sherbrooke Est
Bureau 3699
Montréal (Québec) H1T 3X2
🖷 (514) 873-3429
🖳 courrier@pv.qc.ca
🖳 www.pv.qc.ca

102-07273/

Cybermagasiner avec doigté

Le concept d'achat à distance n'a rien de neuf: nos grands-parents achetaient déjà chemises, bouilloires et tournevis en feuilletant des catalogues remplis d'images qui faisaient rêver. Après une commande au téléphone ou par la poste, ne restait plus qu'à attendre le fameux paquet!

Cette façon de magasiner conserve des adeptes, mais son étoile a pâli au profit de celle, plus actuelle, du commerce électronique. Pas une journée ne passe sans que les internautes du Québec ou d'ailleurs soient assaillis par la publicité d'un marchand en ligne. Une panoplie de commerçants se disputent la faveur des consommateurs-internautes, de la chocolaterie du quartier au grand magasin national, en passant par le fabricant étranger de vêtements.

Le Web constitue une formidable plate-forme pour comparer l'offre des divers marchands et dénicher le produit qui vous convient, le tout sans faire la tournée des boutiques. Mais comment savoir si le marchand vous dit tout sur lui-même? Devez-vous payer des droits de douane? Que faire si vous recevez un grille-pain bosselé? Quels renseignements personnels le commerçant peut-il vous demander, et que doit-il en faire? Le paiement par carte de crédit est-il sûr? Comment les lois canadiennes et québécoises vous protègent-elles en cas de litige?

Autant de questions qui surgissent lorsque vient le temps de cliquer sur le bouton «Envoyer». Nous vous proposons ici une foule de conseils qui rendront votre expérience d'achat en ligne plus éclairée et plus agréable.

Bon magasinage!

Du bon et du moins bon

Il y a deux ans, Protégez-Vous faisait ses emplettes de Noël sur le Web. L'équipe avait alors commandé 52 produits chez 46 cyberdétaillants québécois, canadiens, américains et français (Protégez-Vous, décembre 2000).

Les résultats? Acceptables malgré quelques embûches. La plupart des sites proposaient un environnement sécurisé ainsi que des conditions de vente adéquates. De plus, peu ont utilisé l'adresse de courriel fournie pour de la sollicitation indue après la commande.

Pour plusieurs commerçants, c'est au moment de la livraison que tout s'est gâté. En effet, 6 des 52 commandes ne sont jamais parvenues à Protégez-Vous, et 2 autres sont arrivées endommagées. Pire encore, les frais d'expédition ont parfois fait tripler la facture! Sans compter les droits de douane imprévus, mais bel et bien facturés...

Un portrait mi-figue mi-raisin qu'appuie une étude de 3 568 sites québécois publiée en juin dernier par l'École des hautes études commerciales de Montréal et l'Office de la protection du consommateur. Le constat? Un manque d'information flagrant. Sur 262 sites offrant le paiement en ligne, plus de la moitié n'indiquent pas les frais d'expédition, alors que seulement le tiers affichent une politique de protection des renseignements personnels. En revanche, les entreprises s'identifient de mieux en mieux sur Internet, mais il reste du chemin à faire: sur les 1 241 sites transactionnels étudiés, 72 % illustrent leurs produits, et pas plus de 45 % n'affichent leurs prix!

Internet et les Québécois

Votre collègue louange la vitesse de son nouveau portable? Fiston ne cesse de réclamer l'outil qui lui permettra de clavarder avec sa correspondante suisse? N'y tenant plus, vous passez à l'acte et achetez un ordinateur que vous vous empressez de brancher à Internet. Vous vous joignez ainsi à plusieurs consommateurs qui, eux aussi, ont récemment fait le grand saut! Voici un portrait de la société québécoise branchée.

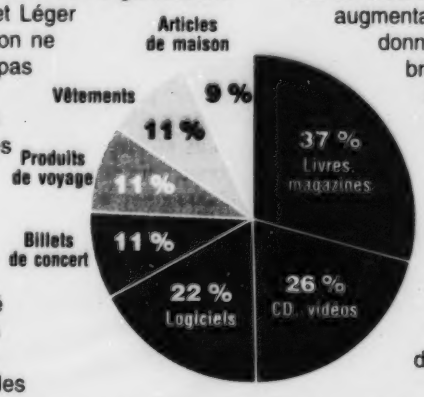
• Les plus fraîches données de l'Institut de la statistique du Québec révèlent que 45 % des ménages québécois possédaient, en 2000, un ordinateur à la maison. C'est près du double de cinq ans plus tôt! L'ensemble du Canada s'informatise un peu plus rapidement (55 %), mais le Québec conserve une importante longueur d'avance sur la France (27 %) et l'Italie (28 %).

• D'après Ekos, 56 % des familles québécoises étaient branchées à Internet à la maison en juin 2002, une hausse de 65 % par rapport à juin 1999. Les Québécois rattrapent graduellement les foyers canadiens, dont 62 % ont accès au Web. Les familles avec enfants y ont largement contribué en adhérant entre autres au programme *Brancher les familles sur Internet*, qui s'est échelonné de mai 2000 à mars 2001.

• En conjuguant tous les lieux d'accès, en 2001, Statistique Canada évaluait que 54 % des Québécois de 15 ans et plus utilisent Internet régulièrement, un taux qui grimpe à 60 % pour l'ensemble du pays.

• Selon le sondage NeTendances 2002, mené auprès de 50 000 Québécois par le Centre francophone d'informatisation des organisations (CEFRIO) et Léger Marketing, on ne compterait pas moins de 2,9 millions d'internautes âgés de 18 ans et plus au Québec. C'est plus de la moitié des adultes québécois!

• Pour quelles raisons utilise-t-on la toile? D'après l'Institut de la statistique du Québec, le courriel et la navigation générale arrivent en tête de liste, tant au Québec qu'au Canada. Alors que les Canadiens s'informent et achètent davantage en ligne, les Québécois s'y divertissent plus, entre autres en participant à des jeux et en prenant part à des groupes de discussion.



Quels produits et services les Québécois se procurent-ils en ligne?
— Ekos, octobre/novembre 2001

La part des achats en ligne

Chiffres à l'appui, les Québécois empruntent donc de plus en plus souvent l'autoroute de l'information, tant pour bavarder, s'amuser que s'informer. Mais comment s'inscrivent-ils dans la tendance croissante du commerce de détail en ligne?

• D'après Ekos, 27 % des internautes québécois ont déjà fait un achat sur le Web. Il s'agit d'une légère augmentation par rapport aux données de septembre/octobre 2000, mais le Québec est toujours en retrait par rapport à la moyenne canadienne de 42 %.

• Selon Statistique Canada, les ventes en ligne ont atteint 10,4 milliards de dollars au Canada en 2001, soit 3,2 milliards de plus qu'en 2000; ces chiffres englobent tant le commerce entre entreprises que les ventes aux consommateurs. Même si ces dernières ont augmenté de 59 % durant la même période, elles n'ont atteint que 2,3 milliards de dollars, et représentent environ 0,2 % des ventes au détail canadiennes.

• Les ménages québécois qui achètent sur Internet demeurent assez timides. Statistique Canada indique que chacun y a passé, en 2000, cinq commandes totalisant 615 $ (surtout de livres, logiciels, disques et films). C'est 142 $ de moins que le total canadien, et 358 $ de moins qu'en Alberta, où une réglementation spécifique au commerce électronique est en vigueur depuis 1998.

Entrevue avec la ministre Diane Lemieux

Le Québec engagé à fond sur l'autoroute de l'information!

Photo: Bruno Petrozza

Madame Diane Lemieux est ministre d'État à la Culture et aux Communications et ministre responsable de l'Autoroute de l'information. Dans cet entretien, elle trace un bilan des progrès accomplis dans le développement de l'autoroute de l'information au Québec et nous parle des retombées de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information.*

par Claude Rodrigue

Le déploiement de l'autoroute de l'information au Québec a-t-il progressé significativement au cours des dernières années?

La proportion de ménages québécois qui possèdent un ordinateur à la maison a doublé en sept ans. De 1998 à 2001, le nombre d'internautes adultes s'est multiplié par deux. Par ailleurs, toutes les écoles, tous les centres d'éducation des adultes, les centres de formation professionnelle et technique et la majorité des bibliothèques publiques sont maintenant branchés. La progression est remarquable.

À quoi attribuez-vous ces progrès importants?

Je les attribue notamment à trois facteurs: l'adoption, en 1998, de la *Politique québécoise de l'autoroute de l'information*, qui a établi les grandes orientations et balisé l'action gouvernementale; l'action du Fonds de l'autoroute de l'information, qui a investi à ce jour plus de 80 millions de dollars dans ce secteur de la nouvelle économie et appuyé la création de plus de 200 sites Web québécois en français; l'injection de plus de 300 millions de dollars par le ministère de l'Éducation, afin de brancher les écoles et de familiariser les élèves avec les technologies de l'information. Cela, sans compter le dynamisme de cette industrie au développement fulgurant et des initiatives ponctuelles comme *Brancher les familles sur Internet*, qui a permis à 217 000 ménages québécois d'acquérir un ordinateur et à près de 300 000 autres personnes de se brancher à Internet.

La *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* est entrée en vigueur en novembre dernier. Pourquoi une telle loi?

Devant la popularité grandissante des inforoutes ainsi que la multiplication des transactions électroniques et des banques de données, le gouvernement a voulu encadrer l'usage des documents technologiques, sécuriser les transactions électroniques et protéger les cyberconsommateurs et leur vie privée. Même s'ils ne représentent qu'une partie infime des dépenses personnelles, les achats en ligne des Québécois se sont tout de même multipliés par quatre au cours de l'année 2000.

Cette loi changera-t-elle notre façon d'utiliser l'inforoute?

Elle aura des retombées majeures pour les citoyens et les entreprises, puisqu'elle confère une valeur légale aux documents électroniques. Auparavant, seuls les documents imprimés ou manuscrits étaient valables sur le plan juridique. Vous avouerez qu'à l'ère de l'information, c'était anachronique! Il fallait s'adapter et franchir le pas vers une société qui utilise au mieux les possibilités offertes par les nouvelles technologies. Comme il est facile de reproduire et de modifier les documents électroniques, ce n'était pas une mince tâche que de baliser leur authentification. Avec l'adoption de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information*, c'est maintenant chose faite. De plus, cette loi prescrit certaines obligations pour les cybermarchands, les fournisseurs de services Internet et les prestataires de services de certification.

Quels chantiers vont maintenant se mettre en branle le long de l'autoroute électronique?

À court terme, le «grand défi de l'optique» nous attend. En matière d'inforoute, le nerf de la guerre, c'est la vitesse. Et nous voulons mettre le Québec à l'heure de la haute vitesse en étendant à toutes les régions un vaste réseau de fibre optique. De Gaspé à Hull, de Montréal à Kuujjuaq, les écoles, les bibliothèques, les hôtels de ville et de nombreux établissements et institutions publics seront ainsi raccordés. Ils auront accès à des voies ultrarapides aux capacités inégalées. D'ici deux ans, nous aurons fait des pas de géant dans la haute vélocité. Dès lors, nous disposerons d'une nouvelle infrastructure qui fera du Québec une nation vivant plus que jamais à l'ère de l'information, et des Québécois un peuple résolument branché. ◀

Bien identifi le cybermarch

Le commerce électronique permet de comparer, d'acheter et de se faire livrer des biens et services sans mettre le nez dehors. Quelques clics de souris et vous commandez un chandail de laine dernier cri qui, par un glacial matin de janvier, saura certes vous réconforter. Plutôt simple à première vue... Imaginez cependant que le commerçant vous envoie un vêtement vert au lieu de marine et que, en plus, une manche soit déchirée! Si vous ne connaissez que l'adresse électronique de l'entreprise, vous risquez d'avoir de la difficulté à retourner l'article...

Quels critères vérifier?

Pour éviter de telles frustrations, mieux vaut en savoir plus que moins sur le commerçant avec qui vous faites affaire. Vérifiez si le cybermarchand se présente sur la page d'accueil de son site ou, à tout le moins, y prévoit des liens vous permettant de le connaître un peu plus.

Que devrait donc idéalement révéler sur lui-même un détaillant en ligne?

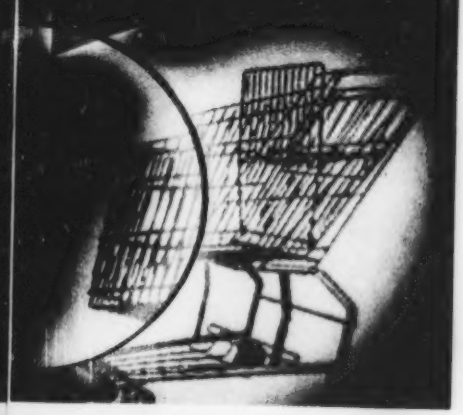
- Sa raison sociale au long, et non seulement une abréviation de son nom (même si elle est très connue). Question de vous adresser à la bonne entreprise en cas de mésentente!
- Pour chacune des pages du site, une adresse Internet qui correspond au nom du commerçant (par exemple, www.magasin.com, et non une suite de chiffres peu révélateurs). Vous serez alors certain de faire affaire avec la même entreprise tout au long de la transaction.
- Son adresse complète (pas seulement un numéro de case postale). Cette adresse pourrait devenir fort utile si le commerçant ne répond pas à vos appels téléphoniques ou à vos courriels répétés. Sachez que le site d'une entreprise divisée en franchises ou en succursales mentionnera habituellement les coordonnées du siège social.
- En plus de son adresse électronique, les numéros de téléphone et de télécopieur de son service à la clientèle. Plus vous aurez de possibilités de joindre le marchand, meilleures seront vos chances de négocier avec lui si un problème survient.

Les certificats d'identité

Les personnes et les entreprises qui font des transactions sur Internet peuvent également s'identifier grâce aux certificats d'identité. Le gouvernement du Québec offrira bientôt l'accréditation volontaire des prestataires de services de certification. La *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* décrit en effet:

- le contenu obligatoire des certificats, qui inclut entre autres le nom du certificateur, la période de validité du certificat et le nom de la personne ou de l'entreprise certifiée;
- les critères à respecter par les certificateurs pour obtenir l'accréditation (facultative) de l'État, notamment l'existence de garanties de sécurité des certificats fournis;
- les éléments de l'énoncé de politique que doivent appliquer les prestataires de services de certification, comme les limites à l'utilisation d'un certificat et le traitement des plaintes.

Voilà qui devrait augmenter la valeur et la crédibilité des certificats délivrés au Québec par des prestataires accrédités.



ier

nand

• Ses politiques en matière de sécurité des paiements, de retours et d'échanges, de garantie, de livraison, de protection des renseignements personnels ainsi que de traitement des plaintes. Si vous constatez l'absence d'une ou de plusieurs de ces informations, soyez vigilant au moment de passer la commande... (Pour plus de détails, voyez les pages 8 et 9.)

L'article 35 de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* a rendu obligatoire l'affichage des instructions au sujet de la correction des commandes erronées et du retour des produits (voyez la page 9). De plus, selon la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*, les personnes et sociétés qui recueillent de l'information confidentielle doivent indiquer aux consommateurs ce qu'elles en feront.

Pour le reste, les éléments énumérés plus haut demeurent facultatifs sur les sites Internet québécois. Même chose ailleurs au Canada. Si une seule de ces composantes manque à l'appel, il peut s'agir d'un simple oubli, mais attention aux sites qui ne présentent aucun de ces renseignements, qui les éparpillent ou qui les dissimulent.

Toute la vérité...

Rien n'oblige les détaillants en ligne à fournir l'information à leur égard sur leurs sites. Dans la plupart des cas, aucune autorité ne vérifie si les marchands appliquent à la lettre ce qu'ils affichent. Par conséquent, il vous revient de juger de leur bonne foi lorsqu'ils indiquent des modalités de livraison, de paiement ou de garantie.

Bien entendu, il est tout à leur honneur de respecter les politiques qu'ils mettent au point, sans quoi leur réputation et, jusqu'à un certain point, la rentabilité de leur entreprise pourraient en souffrir. Tâchez donc de choisir des détaillants qui mettent cartes sur table dès le départ, qu'ils appartiennent à une bannière reconnue ou qu'ils soient indépendants.

Vous pouvez tout de même vérifier l'identité des marchands québécois en consultant le Registre des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales que tient à jour l'Inspecteur général des institutions financières (voyez les Ressources utiles page 16). Toute société faisant affaire au Québec doit s'y inscrire; les détaillants étrangers y sont toutefois rarement présents. Un répertoire semblable existe aussi au fédéral, afin de consigner les entreprises constituées selon des lois canadiennes (voyez les Ressources utiles page 16). La présence d'un commerçant dans une de ces listes ne fait pas foi de tout, mais elle signifie au moins qu'il est légalement enregistré.

> Selon une étude de l'École des hautes études commerciales de Montréal, seulement le tiers des sites d'ici avec paiement en ligne afficheraient des modalités de garantie, d'annulation et d'échange!

▶Crédibles, les sceaux de conformité?

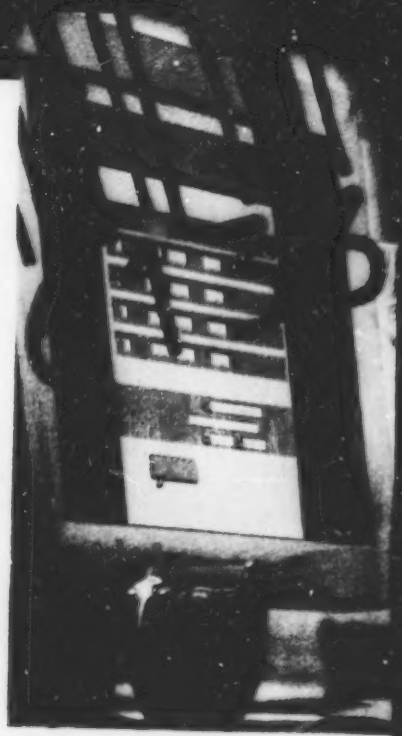
Comme peu de règles strictes encadrent l'identification des cybercommerçants, quelques-uns d'entre eux apposent sur leurs sites des sceaux de conformité indépendants (Protégez-Vous, février 2002). Généralement visibles sur la page d'accueil, ces petites vignettes attestent par exemple les bonnes pratiques du marchand en matière de paiements sécurisés, de protection des renseignements personnels ou encore de transmission des données.

Doit-on y voir une garantie de rigueur et de sécurité des transactions sur le Web? Selon une recherche menée par Louise Martel, de l'École des hautes études commerciales de Montréal, et René St-Germain, de l'Université de Sherbrooke, plus de 170 sceaux seraient offerts aux entreprises faisant des affaires sur Internet. Si certains proviennent d'organismes fiables, d'autres émanent d'entreprises qui les vendent sans vérification aux cyberdétaillants. Ces derniers doivent souvent payer leurs droits et respecter le code de pratiques du vendeur de certificats pour pouvoir afficher les sceaux.

Le hic: tous les émetteurs de sceaux ne proposent pas les mêmes normes. Normal, puisqu'ils proviennent des quatre coins de la planète et que la notion de protection du consommateur varie, bien sûr, d'un pays à l'autre. Dans ce contexte, comment vous assurer de la validité du sceau qu'affiche votre cybermarchand d'articles de sport? En consultant la politique ou les garanties offertes par le fournisseur du sceau, souvent accessibles en cliquant sur la vignette affichée.

Fait intéressant, le Service d'aide au consommateur (SAC) de Shawinigan a lancé un projet pilote afin d'offrir un sceau de conformité aux cybermarchands qui respectent un code de pratiques. Une première pour une association de consommateurs québécoise!

Connaître le produit convoité



Depuis que votre voisine vous a fait écouter la musique d'un petit groupe irlandais peu connu, vous êtes à la recherche de son dernier album. Vous vous apercevez toutefois que c'est une denrée rare, absente des tablettes des disquaires locaux. Vous saisissez donc votre souris et partez à la conquête du fameux disque sur le Web. Chanceux, vous trouvez rapidement l'album dans deux boutiques virtuelles d'allure tout aussi fiable. Avec laquelle ferez-vous affaire?

L'œil sur les conditions de vente

Ce n'est pas tout de s'identifier correctement: le marchand serait également avisé de vous éclairer sur le bien ou le service convoité, ainsi que sur ses modalités d'achat. Vérifiez si les éléments suivants accompagnent les produits offerts en ligne:

• **Une description détaillée.** Lorsque vous magasinez sur le plancher des vaches, vous pouvez habituellement toucher le bien désiré et l'examiner sous toutes ses coutures. De plus, une fiche technique accompagne l'objet ou est imprimée sur sa boîte, question de vous en présenter les caractéristiques et les avantages. Vous devriez avoir accès à une information équivalente sur Internet, qu'elle apparaisse dans sa forme originale ou soit reproduite par le marchand. Autrement dit, le nom du produit ou sa photo ne suffit pas; c'est encore plus vrai dans le cas d'un service difficile à illustrer, comme un billet d'avion.

• **Des photos claires.** À défaut de pouvoir manipuler l'objet à votre guise, il vous faut au moins pouvoir le visualiser dans son ensemble. Vous montrer un lecteur de DVD sans sa télécommande ni une vue du panneau de branchements arrière vous occasionnerait peut-être des frustrations au moment d'installer l'appareil! Ainsi, attention aux photos embrouillées, trop petites ou «fournies à titre indicatif seulement», qui ne représentent peut-être pas fidèlement la réalité.

• **Une indication de la présence du produit en stock.** Lorsque vous achetez un article en magasin, vous savez si le commerçant peut le livrer immédiatement, ou s'il devra le commander. Assurez-vous que le

10 questions à se poser avant de commander

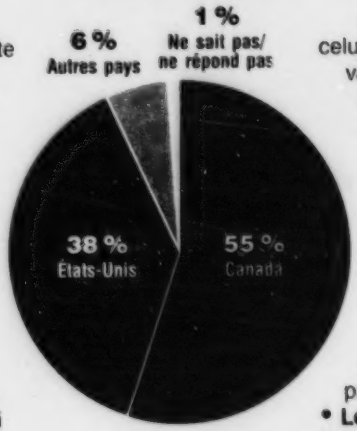
1. **Le commerçant affiche-t-il ses coordonnées complètes, et son adresse Internet correspond-elle à son nom réel sur toutes les pages?**
2. **Les produits et services sont-ils adéquatement décrits et illustrés?**
3. **Le commerçant détient-il le produit en stock?**
4. **Le détaillant spécifie-t-il les frais de livraison et toutes les autres conditions de livraison?**
5. **Avez-vous assez d'information pour pouvoir calculer le prix total de l'article désiré?**
6. **Le produit est-il garanti et, si oui, qui doit honorer la garantie?**
7. **L'entreprise indique-t-elle comment porter plainte?**
8. **Le marchand vous permet-il de corriger ou d'annuler votre commande dans un délai raisonnable?**
9. **Pouvez-vous retourner un article qui ne vous satisfait pas?**
10. **Est-il possible d'imprimer un résumé complet de la transaction?**

cybermarchand vous donne une indication semblable avant que vous passiez la commande, pour vous éviter une longue attente surprise.

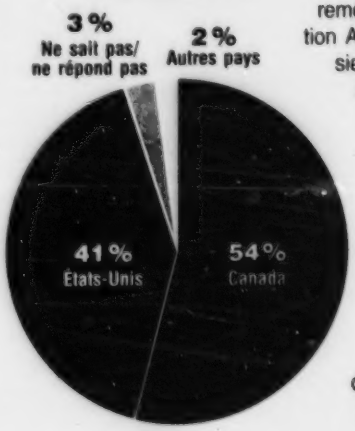
• **Le prix de l'article.** Vous n'achèteriez évidemment pas un produit sans savoir ce qu'il en coûte! C'est pourquoi le commerçant devrait idéalement afficher non seulement son prix, mais également la devise utilisée et toutes les taxes applicables, qui varient selon le pays d'origine de l'entreprise. Chez les cybermarchands qui ont aussi pignon sur rue, les prix diffèrent parfois entre le magasin et le site Internet; dans un tel cas, contactez l'entreprise pour vérifier si l'écart est volontaire. Vous pourrez ainsi calculer le juste coût du produit; s'il y a lieu, utilisez l'un des nombreux outils de conversion de devises présents sur le Web (voyez les Ressources utiles page 16).

• **Les droits de douane.** Si vous faites affaire avec un marchand étranger, des droits de douane seront peut-être exigibles. Vérifiez que l'entreprise en mentionne la possibilité, mais pas nécessairement le montant; en effet, celui-ci varie selon la valeur, l'origine et la nature du produit. Consultez l'Agence des douanes et du revenu du Canada pour plus de renseignements à ce sujet (voyez les Ressources utiles page 16).

Où se trouve le fournisseur du dernier achat en ligne des Québécois?



des Canadiens?



— Ekos, octobre/novembre 2001

• **Les frais d'expédition.** Assurez-vous que le marchand précise clairement les frais d'expédition AVANT que vous passiez la commande. Si ce n'est pas le cas, méfiez-vous, car il arrive parfois qu'ils doublent, voire qu'ils triplent la facture!

• **Les délais de livraison.** La plupart des cybercommerçants affichent les délais assortis aux diverses zones de livraison. Si aucune donnée n'est inscrite, communiquez avec l'entreprise pour obtenir une estimation du délai prévu. Vous devriez aussi pouvoir suivre le parcours de votre achat, et connaître la part de responsabilité du transporteur en cas de perte ou de bris.

• **Les garanties.** Comme en magasin, l'entreprise ferait mieux de vous indiquer si le produit est garanti et, le cas échéant, pour combien de temps. En outre, il est préférable que le cybermarchand vous mentionne qui honore la garantie: lui-même ou le fabricant? Dans un cas comme dans l'autre, vous devriez connaître les conditions de cette garantie, et comment la faire appliquer, avant d'acheter l'article.

• **Les politiques de correction des commandes et de retour des produits.** L'article 35 de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* oblige les cybercommerçants québécois à préciser les modalités de correction des commandes et de retour des produits. Ils doivent ainsi mentionner, sur le formulaire de vente, comment les clients peuvent les avertir d'une commande erronée. Les marchands sont également tenus de prévenir la clientèle des moyens à sa disposition pour retourner ou détruire un produit non désiré ou obtenu par erreur. Les entreprises implantées hors Québec pourraient être soumises aux règles d'ici; elles devraient donc prévoir des modalités de retour claires et précises.

Régler la facture en toute sécurité

Votre fille y a mis du temps, mais elle a gagné son pari: elle vous a convaincu d'acheter un nouveau téléviseur par Internet. À votre grande surprise, vous avez pris plaisir à examiner les modèles offerts et à comparer les conditions d'achat que proposent les détaillants, sans subir la pression ou l'absence d'un vendeur! Maintenant que vous avez choisi l'appareil et la boutique virtuelle, vous devez passer aux choses sérieuses: la cybercommande. Quelles caractéristiques vérifier avant d'appuyer, une fois pour toutes, sur «OK»?

Reconnaître un site sérieux

Avant de soumettre votre commande, vous devriez avoir accès aux éléments suivants:

• **La liste de vos emplettes.** Vérifiez si le marchand affiche, sur une seule page, l'énumération de tous les produits que vous avez choisis. Ils devraient être accompagnés de leur prix, de la devise courante, de la quantité désirée, des frais de livraison globaux et du montant des taxes applicables. Seuls les droits de douane, s'il y a lieu, pourraient hausser la facture plus tard.

• **La politique de paiements sécurisés.** Le détaillant devrait idéalement prévoir, avant l'envoi des données, un lien vers une page expliquant la méthode de transmission des données que le site utilise. La plus répandue se nomme Secure Socket Layer (SSL); il s'agit d'un protocole de chiffrement très puissant qui rend les données illisibles durant leur passage sur le Web. Les experts sont unanimes: un pirate mettrait des efforts considérables à décoder des renseignements transférés avec le SSL. Vous pouvez identifier une page sécurisée à ces deux signes: la présence d'une clé ou d'un cadenas au bas de la fenêtre de votre navigateur, ainsi que le préfixe «https://» au début de l'adresse Internet. Tout au moins, le formulaire de commande final devrait être sécurisé de cette façon.

• **Le mode d'entreposage des renseignements.** La transmission sécurisée par SSL est fiable; c'est plutôt au moment de l'entreposage des renseignements que surviennent parfois des pépins. Voilà pourquoi le cybercommerçant ferait mieux d'aviser la clientèle des moyens utilisés pour protéger les données qu'elle lui confie. Combien de temps les conserve-t-il, et pourquoi? Qui y a accès? Ses serveurs sont-ils protégés contre le vol? Fournit-il parfois ces renseignements à des tiers? (Voyez les pages 12 et 13.)

• Le cas échéant, **les sceaux de conformité** auxquels adhère le détaillant. Vous devriez pouvoir en vérifier la validité d'un seul clic sur le sceau. Pour une sécurité accrue, vous gagneriez à consulter la politique de certification de l'organisme qui l'a délivré (voyez la page 7).

• **Une fiche transactionnelle exhaustive** regroupant non seulement le détail de vos achats, mais aussi les renseignements personnels que vous transmettrez quelques instants plus tard. Bien sûr, un bouton devrait vous permettre de modifier ou d'annuler la commande en tout temps.

• **Un accusé de réception.** Vous devriez recevoir un courriel aussitôt que le serveur du marchand reçoit votre commande. Ce message devrait idéalement récapituler votre achat, puis

77 % des Québécois interrogés par Ekos en 2001 ont payé leur dernier achat en ligne par carte de crédit.

▶128 bits nécessaires!

Pour transmettre les données de façon sécuritaire, votre navigateur doit avoir une puissance de chiffrement d'au moins 128 bits. Si ce n'est pas le cas, l'accès à certains sites vous sera même refusé!

Vous pouvez vérifier la puissance de chiffrement en sélectionnant la commande «À propos de...», située dans les menus «?» (Microsoft Windows) ou «Pomme» (Mac OS) de Microsoft Internet Explorer, et dans le menu «Aide» de Netscape et de Mozilla (peu importe le système d'exploitation).

vous indiquer comment joindre le cyberdétaillant en cas d'erreur ou d'omission. Un rappel des conditions de livraison serait également de mise, mais le message ne devrait pas contenir vos renseignements personnels, étant donné la facilité d'interception du courriel.

Sûre, la carte de crédit?

Le paiement en ligne constitue l'un des principaux freins à l'adoption du commerce électronique en Amérique du Nord. Selon Ekos, 41 % des Québécois éviteraient les achats en ligne parce qu'ils trouvent Internet peu sécuritaire ou qu'ils ne veulent pas livrer leur numéro de carte de crédit.

La situation serait toutefois moins redoutable qu'elle en a l'air. D'abord, si le cyberdétaillant utilise un protocole de chiffrement du type SSL, il y a peu de risques qu'un problème se pose durant la transmission des données: le nombre astronomique de possibilités de codage décourage les fraudeurs d'intercepter des données en cours de route. La transmission de numéros de carte de crédit par Internet semble donc encore plus sûre qu'au téléphone, alors que rien n'empêche l'interlocuteur de noter les données à votre insu. Les vols de numéros de carte de crédit sont plus susceptibles de se produire une fois l'information stockée chez le commerçant.

Sachez que la majorité des banques qui délivrent des cartes de crédit appliquent une politique interne visant à dédommager les victimes de fraudes. Le client qui remarque sur son relevé un achat non autorisé ou qui reçoit un article brisé ou non conforme à la commande doit en aviser immédiatement l'institution financière; après une petite enquête, cette dernière effacera la somme indûment facturée. Il reviendra à la banque émettrice de se faire rembourser ou, le cas échéant, d'assumer la perte. Nommé rétrofacturation, ce concept est déjà prévu par la loi en Alberta et au Manitoba; le Québec s'apprête aussi à l'introduire dans le cadre de la révision de la *Loi sur la protection du consommateur* (LPC).

Par ailleurs, la LPC limite déjà à 50 $ la responsabilité des détenteurs en cas de perte ou de vol de leur carte de crédit (ou de son numéro). Autrement dit, si une personne ou un organisme utilise votre numéro de carte sur le Web sans votre consentement, la banque qui a délivré votre carte pourra exiger de votre part une contribution de 50 $, pas plus.

Si le paiement sur le Web vous rebute toujours, rien ne vous empêche de régler la facture de façon plus «terre à terre»: plusieurs cyberdétaillants continuent en effet de permettre les commandes téléphoniques, l'envoi de chèques par la poste et, bien sûr, le paiement à la réception. En outre, quelques entreprises ont développé d'autres solutions de paiement électronique, comme la carte à puce et la carte de crédit à usage unique; ces technologies sont cependant encore marginales.

▶Des contrats équivalents

Un contrat électronique peut avoir la même valeur qu'un contrat sur papier: c'est l'un des effets de la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* (LCJTI). La Loi pose toutefois quelques conditions. D'abord, les deux documents doivent comporter exactement la même information. Le contenu peut être présenté ou disposé différemment sur le contrat électronique, mais aucun renseignement ne doit manquer ou s'ajouter par rapport à la version sur papier (s'il en existe une, ce qui n'est pas obligatoire).

Pour être valable, le contrat technologique doit également offrir la certitude qu'il n'a pas été modifié. S'il doit l'être, la LCJTI précise les conditions qui prévaudront. Cette mesure permet d'éviter qu'un employé peu scrupuleux modifie, selon les circonstances du moment, un contrat aux dépens des clients.

En outre, le *Code civil du Québec* définit la signature comme une marque personnelle couramment utilisée pour manifester son consentement; il n'impose pas qu'elle soit manuscrite, mais elle doit être liée au document de façon durable. Les dispositions de la LCJTI ouvrent donc la porte à l'utilisation de procédés électroniques personnalisés pour signer contrats et autres documents.

Enfin, la LCJTI empêche quiconque d'obliger l'utilisation d'un document électronique; vous pouvez donc continuer d'exiger un document en papier, si cela vous convient mieux. D'ailleurs, la *Loi sur la protection du consommateur* oblige toujours, pour l'instant, le support papier pour certains contrats plus délicats, entre autres ceux qui scellent l'achat d'une voiture et ceux qui sont conclus avec des commerçants itinérants.

Protéger ses renseignements per

Après quelques heures de navigation sur le Web, vous dénichez finalement la fameuse table de salon de style anglais qui viendra compléter votre nouveau décor. Fébrile, vous remplissez à la hâte tous les formulaires que vous soumet le marchand, sans porter une attention particulière à leur contenu. Mais lorsque s'affiche le sommaire de la transaction, un doute vous assaille: le commerçant a-t-il vraiment besoin de savoir votre numéro d'assurance sociale pour vous vendre une table?

1 Quels renseignements fournir?

Au Québec, deux lois qu'administre la Commission d'accès à l'information encadrent la collecte, la conservation, la communication et la destruction de renseignements personnels par des tiers: la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*, ainsi que la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé* (voyez les Ressources utiles page 16).

Leur prémisse: toute entreprise ne doit collecter que l'information personnelle indispensable à l'objet du dossier. De plus, avant de la recueillir, elle doit obtenir votre consentement explicite et vous expliquer ce qu'elle prévoit en faire. Étant donné la multitude de situations qui peuvent exiger la prise d'une telle information, la loi ne précise pas la nature des détails à révéler. Il semble toutefois évident qu'un commerçant n'a pas besoin de votre date de naissance ou de votre numéro d'assurance sociale pour vous vendre un livre! Un conseil: tenez-vous-en au minimum lorsque vous faites affaire avec un cyberdétaillant. Nom, adresse, numéro de téléphone, adresse électronique et numéro de carte de crédit devraient habituellement suffire. Même si le commerçant prévoit de l'espace pour d'autres renseignements, gardez-les pour vous; cela ne devrait pas nuire à votre achat.

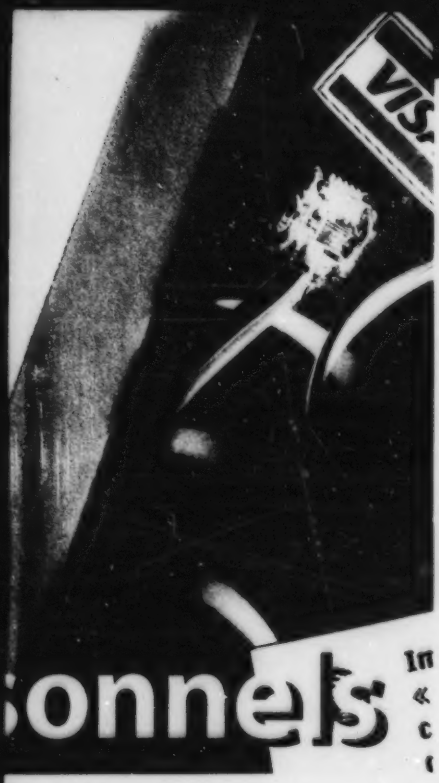
2 Qu'arrive-t-il de l'information fournie?

Une fois que le marchand détient les renseignements qui vous identifient, il ne peut pas en disposer à sa guise. Il doit absolument en protéger la confidentialité en les entreposant dans un serveur sécuritaire. Ce n'est pas tout: il doit en limiter l'accès aux personnes qui en ont besoin pour la suite de la transaction. Par exemple, il est tout naturel qu'un disquaire virtuel transmette vos coordonnées à son livreur. À l'opposé, le comptable ne devrait pas avoir besoin de votre adresse de courriel pour établir le bilan de l'entreprise! Difficile de vérifier l'attitude du commerçant à cet égard; vous devrez donc lui accorder votre confiance. Faites affaire avec une entreprise qui annon-

Accès limité

Le gouvernement du Québec a pris des mesures pour réduire les risques d'usurpation d'identité en ligne. La *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* oblige les responsables de l'accès à des renseignements personnels à en protéger la confidentialité. De plus, le commerçant en ligne est tenu d'exiger de son fournisseur d'hébergement, s'il y a lieu, qu'il prenne les mesures appropriées pour limiter l'accès aux documents confidentiels aux seules personnes autorisées.

Voilà une avancée considérable... qui ne s'applique toutefois pas aux détaillants étrangers. Ainsi, demeurez vigilant lorsque vous achetez hors des frontières virtuelles québécoises: ne faites affaire qu'avec les commerçants qui affichent une politique de protection des renseignements personnels adéquate.



ce tout de go sa politique de protection des renseignements personnels: il est à son avantage de la respecter.

Une telle politique devrait en outre vous aviser de votre droit d'accès gratuit au dossier qui vous concerne. Une fois de plus, la loi oblige les entreprises québécoises à respecter ce droit; ces dernières doivent en outre rectifier, à votre demande, tout renseignement inexact. Comment vous assurer que la correction est effectuée? Simple: le commerçant doit vous aviser du changement par écrit; une lettre ou un courriel feraient donc l'affaire.

Enfin, contrairement à la croyance populaire, les entreprises ont le droit de transmettre de l'information personnelle à des tiers. Mais pas n'importe laquelle! Seuls les noms, adresses et numéros de téléphone peuvent être communiqués, et uniquement à des fins commerciales ou philanthropiques. De plus, le commerçant est tenu de vous aviser de cette possibilité, et de vous permettre de la refuser net. Vous pouvez aussi faire retrancher vos coordonnées de listes déjà existantes en tout temps, en écrivant au responsable de l'accès aux renseignements personnels.

> Lorsque vous faites affaire avec un cyberdétaillant, vos nom, adresse, numéro de téléphone, adresse électronique et numéro de carte de crédit devraient suffire.

Soyez vigilant: plusieurs sites sont programmés pour accorder automatiquement la transmission des données à des organismes extérieurs; il vous revient alors de cocher ou de décocher une case pour empêcher cette éventualité. Cette approche, nommée «consentement négatif» ou *opting out*, paraît insidieuse, mais elle demeure légale.

3 Quels sont vos recours en cas de violation?

Même si certains pays disposent de lois de protection du consommateur et que des règles de droit international s'appliquent, vous devrez peut-être vous en remettre à la bonne volonté des commerçants étrangers. C'est pourquoi vous seriez fortement avisé de choisir des marchands reconnus, qui jouent cartes sur table dès le départ en matière de protection des renseignements personnels. Si l'entreprise se montre transparente, elle est probablement digne de votre confiance.

Vous constatez une faille dans la gestion que fait un détaillant québécois de vos renseignements personnels? Vos recours, plus concrets, passent alors par la Commission d'accès à l'information. Si, par exemple, une entreprise vous refuse l'accès à votre dossier, vous pouvez vous en plaindre à la Commission. Celle-ci favorisera d'abord un règlement à l'amiable, à l'aide d'une séance de conciliation entre vous et le marchand. Si ce dernier campe toujours sur sa position, la cause sera entendue par un commissaire, qui rendra une décision ayant force de loi. Le détaillant pris en défaut devra s'y conformer assez rapidement, sans quoi il pourrait faire face à des sanctions.

Jusqu'à maintenant, aucun litige lié spécifiquement au commerce électronique ne s'est rendu devant la Commission d'accès à l'information. L'organisme considère néanmoins que, parmi les autres cas, très peu exigent l'imposition de pénalités formelles. La plupart des entreprises se conformeraient aux décisions sans broncher, confirmant le rôle plus éducatif que coercitif de la Commission.

▶Chassez les témoins!

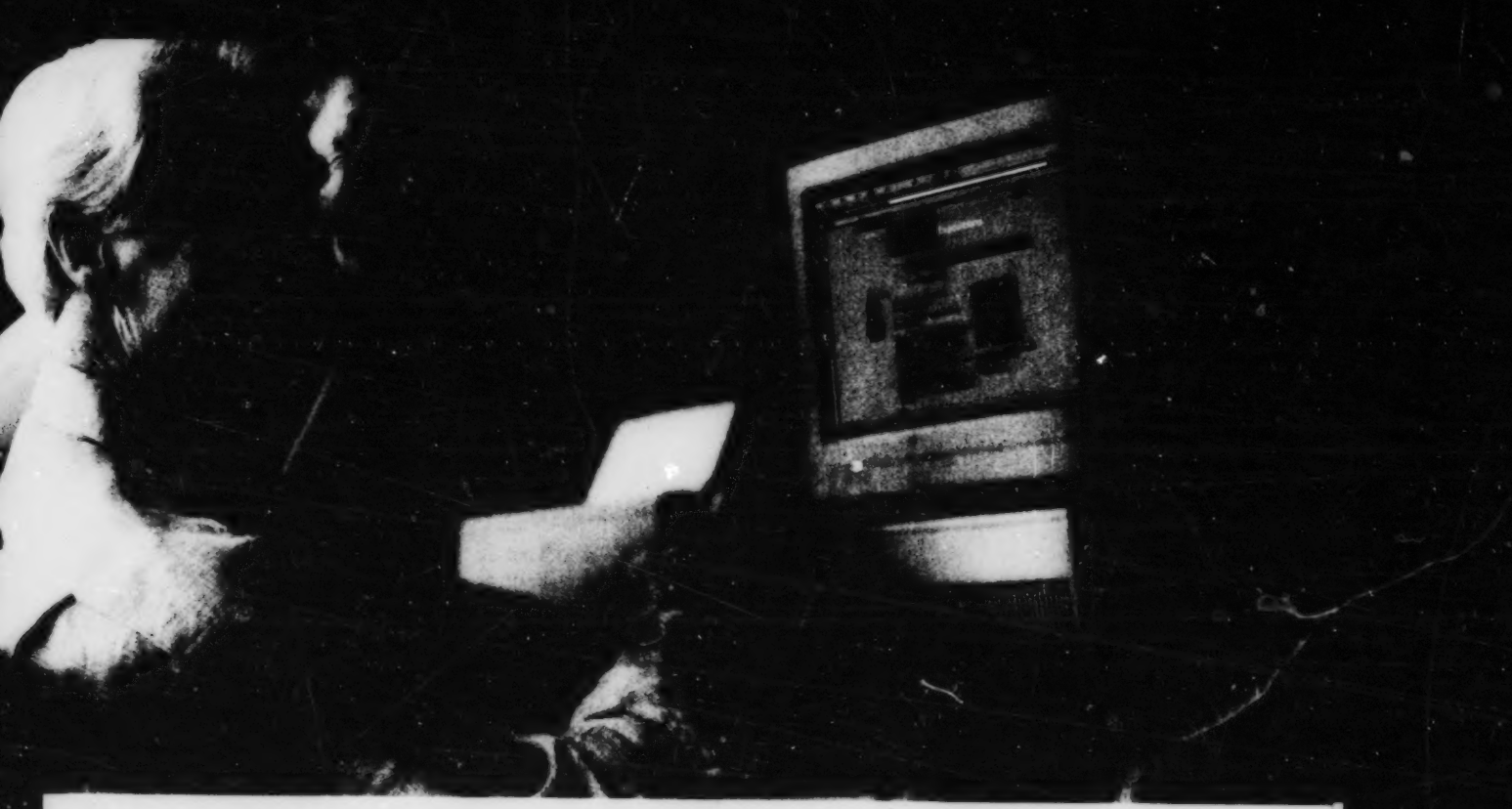
C'est un fait reconnu et inévitable: la navigation sur Internet laisse des traces un peu partout. Il y a fort à parier que vous avez déjà entendu parler des *cookies*, qu'on appelle aussi «mouchards» ou «témoins». Plusieurs sites Web, dont la majorité de ceux des cybermarchands, utilisent les témoins pour faciliter votre parcours, mais aussi pour se renseigner sur vos habitudes de navigation et, parfois, découvrir des informations confidentielles à votre égard.

Le fonctionnement est simple: le site Internet place sur votre disque dur un fichier qui enregistre, par exemple, le nombre de pages que vous visitez et le nom de votre fournisseur de services Internet. Lorsque vous retournez sur le même site, deux jours plus tard, celui-ci détecte le témoin sur votre disque dur et «reconnaît» votre ordinateur. Cela ne suffit pas nécessairement à vous identifier; néanmoins, si le site détient d'autres renseignements à votre sujet, un lien pourrait se créer entre ceux-ci et l'information recueillie par les mouchards.

Pour éviter cette possibilité, prenez soin d'effacer les témoins chaque fois que vous terminez une session sur Internet. Cette opération, offerte dans les menus «Options Internet» ou «Préférences» de votre navigateur, prend quelques secondes et rehausse la protection de votre vie privée. Particulièrement si vous naviguez à partir d'un ordinateur partagé, au bureau ou à la bibliothèque, par exemple.

Profitez-en pour vider la mémoire cache de votre navigateur après avoir échangé des renseignements confidentiels. Si votre navigateur ne vous le permet pas, quittez-le et relancez-le, tout simplement. Fuyez aussi les utilitaires qui vous proposent de retenir les mots de passe ou de remplir à votre place les formulaires. Même s'ils sont pratiques, ils facilitent drôlement votre identification par d'éventuels pirates.

Les entreprises qui utilisent des témoins devraient le mentionner dans leur politique de protection des renseignements personnels, et indiquer ce qu'elles font des renseignements ainsi amassés. Un autre indice de leur transparence!



Vos droits comme cyberconsomm

Vous avez toujours été à l'avant-garde technologique: le magasinage en ligne vous a donc rapidement convaincu de ses avantages. Aussi, les politiques de protection des renseignements personnels, les protocoles de sécurisation des paiements et les obligations des cybermarchands n'ont-ils plus de secret pour vous. Malgré toutes vos précautions, des écueils surviendront peut-être; voici quelques règles qui vous aideront à les écarter.

Au Québec

C'est lorsque vous faites affaire avec un cybercommerçant québécois que vos recours sont les plus nombreux. D'abord, la *Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information* (LCJTI) précise, depuis le 1er novembre 2001, comment utiliser ces technologies de façon sécuritaire et compatible avec le droit québécois. Elle établit que les documents électroniques peuvent remplir les mêmes fonctions que ceux qui sont sur papier, à condition qu'ils présentent la même information et qu'ils respectent les mêmes règles de droit. Par exemple, un document produit à l'aide d'un traitement de texte équivaudrait probablement à un document rédigé à la mine.

La LCJTI trace également une ligne claire entre les obligations des auteurs de contenu (par exemple, les cybermarchands) et celles des intermédiaires impliqués (comme les fournisseurs de services Internet et les serveurs d'hébergement); vous saurez donc qui tenir responsable en cas de litige.

Autre fonction de la LCJTI: encadrer l'émission de certificats par des organismes québécois. Les certificats servent à confirmer l'identité d'une personne ou d'une société. Si le certificat est délivré par une entreprise accréditée (une mesure facultative), vous pourrez présumer qu'il répond aux exigences de la loi et qu'on peut s'y fier. En outre, la nouvelle loi appuie la protection de la vie privée, une valeur bien ancrée au Québec, en plus de forcer les com-

> Poursuivre un cybermarchand n est jamais une tache facile mais c est avec les entreprises quebecoises que vos recours seront les plus efficaces.

mateur

merçants à afficher les moyens offerts aux consommateurs pour corriger leurs commandes et renvoyer les produits reçus par méprise.

Vous êtes également protégé par la *Loi sur la protection du consommateur* (voyez les Ressources utiles page 16), pour autant que vous choisissiez un marchand d'ici. Pour l'instant, les règles qui s'appliquent aux cyberdétaillants sont les mêmes que pour les commerçants à distance. Depuis mai 2002, vous pouvez en outre vérifier si le commerçant est fiché à l'Office de la protection du consommateur en consultant sur Internet le Profil du commerçant (voyez les Ressources utiles page 16).

Les détaillants en ligne québécois sont par ailleurs assujettis à la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*, ainsi qu'à la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*. La Commission d'accès à l'information administre ces deux lois, qui imposent des normes strictes de protection de l'information confidentielle (voyez «Protéger ses renseignements personnels» page 12).

La notion de protection du consommateur diffère largement d'un point du globe à l'autre; cela rend les achats transfrontaliers plus risqués.

Au Canada

Si vous faites affaire avec des entreprises basées ailleurs au Canada, soyez encore plus attentif. C'est que ces marchands sont d'abord soumis aux règles de leur province, comme au Québec. Rien ne vous empêcherait de les poursuivre en cas de litige, mais il pourrait s'avérer plus coûteux de faire valoir votre point hors des frontières québécoises. Cela dit, si le détaillant duquel vous achetez s'identifie correctement et affiche des conditions de vente claires, la transaction devrait se conclure dans les règles de l'art.

Certaines entreprises présentes un peu partout au pays sont soumises à des lois fédérales; c'est notamment le cas des banques à charte, des entreprises de télécommunications et des compagnies aériennes. La *Loi sur la concurrence* (voyez les Ressources utiles page 16) s'applique à l'ensemble de ces sociétés; d'autres règles plus précises encadrent les activités dans chacun des domaines, comme la *Loi sur les banques*.

Par ailleurs, le Commissariat à la vie privée du Canada administre depuis janvier 2001 la *Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques* (voyez les Ressources utiles page 16). Cette loi, similaire aux règles québécoises en la matière, concerne pour l'instant seulement les compagnies à charte fédérale (par exemple, les banques, les compagnies de téléphone et les câblodistributeurs). Dès janvier 2004, elle s'appliquera aussi à toutes les entreprises commerciales situées au Canada. Mêmes celles qui sont de compétence provinciale, comme les magasins de détail, y seront assujetties; la protection des renseignements personnels y gagnera à coup sûr au moment d'achats en ligne interprovinciaux.

À l'étranger

Vos recours paraissent beaucoup moins évidents lorsque vous achetez de cybercommerçants étrangers, y compris ceux des États-Unis. La notion de protection du consommateur diffère largement d'un point du globe à l'autre; cela rend les achats transfrontaliers plus risqués. Si vous magasinez hors de nos limites géographiques virtuelles, la règle d'or se nomme confiance. Vous devez presque donner votre bénédiction au commerçant, surtout en ce qui a trait à la protection de vos informations personnelles; il est évidemment ardu de vérifier ce qu'il en advient après la transaction, et aucun organisme québécois n'est en mesure de vous aider efficacement.

Rien ne vous indique non plus dans quel état vous recevrez votre commande, si elle fait son chemin jusqu'à votre porte. Là encore, vous n'avez d'autre choix que de vous fier au marchand. Cependant, si vous ne recevez jamais votre pyjama italien, vous pouvez demander à l'émetteur de votre carte de crédit de vous rembourser; s'il applique la rétrofacturation (voyez «Régler la facture en toute sécurité» page 10), vous vous en tirerez probablement à bon compte.

Rappelez-vous que tout recours au tribunal contre un détaillant d'ailleurs s'annonce complexe. Même si la loi québécoise vous donnait raison, rien n'indique que le droit de l'autre pays impliqué permettrait l'exécution du jugement, malgré l'existence de règles de droit international privé. Et c'est sans compter tous les frais qu'une telle procédure entraînerait! Pour éviter de telles frustrations, tâchez de limiter les transactions coûteuses avec des commerçants étrangers.

Par ailleurs, la protection du cyberconsommateur n'est pas un sujet d'actualité qu'au Québec et au Canada. Tant aux États-Unis qu'en Europe et à l'échelle internationale, des regroupements se forment pour rehausser la sécurité et l'efficacité du cybercommerce. Par exemple, l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) a publié des lignes directrices claires (voyez les Ressources utiles page 16), desquelles s'inspirent les codes de conduite mis de l'avant par plusieurs pays (dont le Canada).

Ressources utiles

Vous voulez en savoir plus sur les lois présentées dans ce guide? Vous êtes à la recherche de trucs supplémentaires pour faire des transactions sans vous faire rouler? Consultez l'une ou l'autre des ressources suivantes, classées selon leur relation avec les sections de ce guide.

Internet et les Québécois

Centre francophone d'informatisation des organisations
▶ www.cefrio.qc.ca

Institut de la statistique du Québec (utilisation des TIC)
▶ diff1.stat.gouv.qc.ca/savoir/indicateurs/tic/menages

Statistique Canada (Série sur la connectivité)
▶ www.statcan.ca/francais/IPS/Data/56F0004MIF.htm

Bien identifier le cybermarchand

Accréditation «Inter-Nette» (un sceau de conformité offert par le Service d'aide au consommateur de Shawinigan)
▶ www.service-aide-consommateur.qc.ca/frameain.html

Registre des entreprises individuelles, des sociétés et des personnes morales (Inspecteur général des institutions financières, Québec)
▶ ssl1.igif.gouv.qc.ca/index_recherche_consultation.htm

Répertoire d'entreprises canadiennes (Industrie Canada)
▶ strategis.ic.gc.ca/sc_coinf/frndoc/homepage.html

Répertoire des sceaux de conformité des sites Internet
▶ www.sceauxdecertification.org

Connaître le produit convoité

Agence des douanes et du revenu du Canada (droits de douane)
▶ www.ccra-adrc.gc.ca/menu-f.html

Conversion de devises (taux de change)
▶ www.bankofcanada.ca/fr/exchfo-f.htm

Régler la facture en toute sécurité

Association des banquiers canadiens
▶ www.cba.ca/fr/Consumer_Kiosk/kiosk_ecomm.htm

Protéger ses renseignements personnels

Commissariat à la vie privée du Canada
▶ www.privcom.gc.ca/fs-fi/02_05_d_13_f.asp

Commission d'accès à l'information (fiches et dépliants en ligne)
▶ www.cai.gouv.qc.ca/fra/biblio_fr/bib_pub_fr.htm

Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels et Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé (Québec)
▶ www.cai.gouv.qc.ca/fra/biblio_fr/bib_loi_fr.htm

Loi sur la protection des renseignements personnels et les documents électroniques (Canada)
▶ www.privcom.gc.ca/legislation/02_06_01_f.asp

Vos droits comme cyberconsommateur

Econsumer.gov (plaintes, cybercommerce international)
▶ www.econsumer.gov/french/index.html

Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information (loi annotée, Québec)
▶ www.autoroute.gouv.qc.ca/loi_en_ligne/index.html

Loi sur la concurrence (Canada)
▶ lois.justice.gc.ca/fr/C-34/22453.html

Loi sur la protection du consommateur (Québec)
▶ www.opc.gouv.qc.ca/presentation/lois.asp

Ministère de la Justice du Québec (dossier de la Loi concernant le cadre juridique des technologies de l'information)
▶ www.justice.gouv.qc.ca/francais/ministere/dossiers/loi-techno/loi-techno.htm

Organisation de coopération et de développement économiques (cliquez sur le lien «commerce électronique»)
▶ www.ocde.org

Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique — Le cadre canadien
▶ www.strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01182f.html

Office de la protection du consommateur (commerce électronique, Profil du commerçant, sondages d'Ekos, étude des HEC)
▶ www.opc.gouv.qc.ca

Information et conseils généraux

Autoroute de l'information (Québec)
▶ www.autoroute.gouv.qc.ca

Consumers International (international, en anglais)
▶ www.consumersinternational.org

Consumer Sentinel (États-Unis, en anglais)
▶ www.consumer.gov/sentinel

Consumer WebWatch (États-Unis, en anglais)
▶ www.consumerwebwatch.org

Federal Trade Commission (États-Unis, en anglais)
▶ www.ftc.gov/bcp/menu-internet.htm

Le commerce électronique et vous (France)
▶ www.minefi.gouv.fr/cybercommerce

Le Cyberconsommateur averti (conseils élaborés par des associations de consommateurs du Québec et de la France)
▶ www.consommateur.qc.ca/cyber

Groupe de travail sur le commerce électronique au Canada
▶ e-com.ic.gc.ca/francais/index.html

Groupe de travail de la Commission des Nations Unies pour le droit commercial international
▶ www.uncitral.org/fr-index.htm

Internet Fraud Complaint Center (États-Unis, en anglais)
▶ www.ifccfbi.gov

Magasiner en ligne (Industrie Canada)
▶ www.strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01192f.html

Magazine Protégez-Vous
▶ www.pv.qc.ca

National Fraud Information Center (États-Unis, en anglais)
▶ www.fraud.org

Passerelle d'information pour le consommateur canadien
▶ www.consumerinformation.ca